

Université Paris-Dauphine
DEPARTEMENT SCIENCES DES ORGANISATIONS
Master Action Publique et Régulations Sociales
Mention Politiques Publiques et Opinion

**Monter un projet qui a du sens pour soi et pour
les autres**

Sociologie des parcours de jeunes entrepreneurs sociaux

ABDOU H. ANOIR Fania

*Mémoire dirigé par ROZIER Sabine, maîtresse de conférences en science
politique*

Jury :

Mme ROZIER, maîtresse de conférences en science politique

Mme JOURDAIN, maîtresse de conférences en sociologie

Monter un projet qui a du sens pour soi et pour
les autres

Sociologie des parcours de jeunes entrepreneurs sociaux

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma directrice de mémoire, Mme ROZIER, qui a su m'encadrer et m'orienter et ce, malgré les nombreux rebondissements qu'a connu ce mémoire.

Je remercie également tous mes enquêtés, pour leur disponibilité et leur bienveillance, sans qui ce mémoire n'aurait pas pu aboutir.

Je tiens enfin à remercier également mon amie, KALA Solange, qui a accepté de passer des après-midis de débats interminables et qui m'a apporté tout son soutien du début à la fin.

SOMMAIRE

Introduction	6
Méthodologie	15
<u>Première partie</u>	
Quand la rencontre avec l'entrepreneuriat social active les dispositions à entreprendre socialement et fait sens pour soi	23
<i>I - Quête de liberté, d'identité et opportunité : quelles origines à la motivation entrepreneuriale des jeunes ?</i>	28
<i>II - « J'ai dit non à ce problème social ! » : vouloir s'engager pour une cause sociale</i>	46
<i>III - La rencontre avec l'entrepreneuriat social : une définition qui fait sens pour soi</i>	60
<u>Deuxième partie</u>	
Un projet et une identité qui doivent faire sens pour les autres : Quête de légitimité et remise en question de son identité d'entrepreneur social	71
<i>I- « Demandez-vous qu'est-ce que le monde perdrait si votre entreprise disparaissait » : Avoir une vision et une mission comme source de légitimité</i>	75
<i>II- « Une entreprise sociale est avant tout une entreprise » : La nécessité de définir un modèle économique viable et de développer son réseau pour être légitime</i>	88
<i>III- Jusqu'où l'identité d'entrepreneur social est-elle acceptable pour soi ? Les dilemmes de l'entrepreneur social avant le lancement de son entreprise</i>	103
Conclusion	113
Bibliographie	117

Introduction

« On pense que les jeunes ne s’engagent plus, mais en fait ils s’engagent autrement, et l’entrepreneuriat social est une nouvelle forme d’engagement », déclarait Y. Blanc, Haut commissaire à l’engagement, aux côtés de Gilles Mirieux de la Barre, adjoint au Commissaire à l’Economie sociale et solidaire, lors de la soirée organisée par un programme d’accompagnement de jeunes à l’entrepreneuriat social.¹

De plus en plus, le terme « entrepreneuriat social », qui n’est pas nouveau, est récemment employé notamment par des organismes qui proposent un accompagnement au montage de projet ou au changement d’échelle d’entreprises « à fort impact social »², par des grandes écoles de commerce comme l’ESSEC qui a sa Chaire Entrepreneuriat social, ou encore par des politiques.

Au moment où la volonté politique est de créer une « Start-Up Nation »³, le modèle valorisé, en plus de celui de l’entrepreneuriat dit « classique » (‘entrepreneur is the new France’ déclarait Emmanuel Macron à l’inauguration de Station F), est celui d’avoir également des entreprises qui résolvent des problématiques sociétales et environnementales, qui apportent des solutions tout en générant un certain profit et des emplois durables.

Ainsi, aux côtés de la « French Tech », label pour favoriser l’innovation technologique, nous retrouvons le « French Impact », label actuellement en construction pour favoriser l’innovation et l’entrepreneuriat social.

Dans ce cadre apparaissent des entrepreneurs sociaux, et c’est sur eux que ce mémoire s’intéresse.

Qu’entendons-nous par entrepreneuriat social ?

Ce terme renvoie à différentes visions en fonction du contexte dans lequel il est apparu : en effet, historiquement, ce que l’on entendait par ‘entrepreneuriat social’ en France ne correspondait pas tout à fait à la définition américaine, comme l’indique R. Le Velly⁴.

¹ Le programme Rêve et Réalise de l’association Unis-Cité. Programme dont j’ai moi-même fait partie en 2015

² Antropia Essec

³ Le président Emmanuel Macron publiait dans un tweet le 13 Avril 2017 « une Start-Up nation est une nation où chacun peut se dire qu’il pourra créer une start-up. Je veux que la France en soit une. »

⁴ Ronan Le Velly, « Entrepreneuriat social », in Pierre-Marie Chauvin *et al.*, *Dictionnaire sociologique de*

Alors qu'aux Etats-Unis, ce terme est apparu notamment pour désigner de nouvelles formes de financement d'actions sociales dues à des baisses de financement de l'Etat, en France, il renvoie plus à une définition de statut juridique en lien avec l'Economie Sociale et Solidaire. Outre ces contextes historiques différents, les définitions tendent à se rapprocher, notamment avec la création de réseaux mondiaux tels qu'Ashoka.

Ainsi, en France, le Mouves (Mouvement des entrepreneurs sociaux), définit l'entrepreneuriat social ainsi :

« L'entrepreneuriat social est une manière d'entreprendre qui place l'efficacité économique au service de l'intérêt général. Quel que soit le statut le statut juridique des entreprises (association, coopérative, SAS, ...), leurs dirigeants font du profit un moyen, non une fin en soi. »¹

Elle précise sa définition avec quatre principes clés : « le dynamisme entrepreneurial, la finalité sociale et/ou environnementale, la lucrativité limitée et la gouvernance participative. »

L'entrepreneuriat social se distinguerait donc de l'entrepreneuriat 'classique' dont le profit serait « une fin en soi ». Ainsi, alors que « Nombre d'entrepreneurs historiques étaient convaincus d'œuvrer pour le bien de l'humanité en améliorant l'accessibilité des classes populaires au progrès technique »² comme par exemple Ford ou Bill Gates, ils ne sont pas pour autant inscrits dans le cadre de l'entrepreneuriat social car la finalité première serait le profit.

Pour les mêmes raisons, les entreprises mettant en œuvre des actions socialement responsables qui iraient au delà du cadre légal de la RSE sont exclues du concept d'entrepreneuriat social.

Cette définition reste tout de même très large, ce qui traduit, selon J.-F. Draperi, la volonté de l'entrepreneuriat social, considéré en tant que mouvement, d'y intégrer « des activités économiques et commerciales avec les déshérités »³, comme c'est le cas avec le micro-crédit dont une figure célèbre est Mohamed Yunus et des activités qui « constituent le cœur du

l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Références », 2014 (), p. 191-203.

¹ <http://mouves.org/lentrepreneuriat-social/l-entrepreneuriat-social/>

² Sophie Boutillier, « Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? », *Marché et organisations* 2010/1 (N° 11), p. 107-125, p. 114

³ Jean-François Draperi, *L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée inscrit dans le capitalisme*, ACTE 1, févr. 2010, p.4

renouvellement de l'économie sociale et solidaire »¹ comme les coopératives, les associations, les entreprises d'insertion etc.

Nous prendrons pour l'analyse la définition de l'entrepreneuriat social la plus large possible et sur lesquelles les différentes visions énoncées par Le Velly se regroupent :

Une manière d'entreprendre (peu importe le statut juridique) où l'activité et le modèle économique reposent sur la volonté de résoudre une problématique sociale et/ou environnementale.

La démarche de l'entrepreneuriat social résulterait alors de la combinaison entre une volonté d'entreprendre et une volonté de résoudre une problématique sociale par l'activité de l'entreprise.

Cette problématique sociale dépend du contexte socio-économique, comme le dit S. Boutillier : « Insertion sociale, biodiversité, commerce équitable... ces termes qui sont depuis plusieurs années à l'origine de nombreuses initiatives d'entreprises sociales, étaient absents des préoccupations des entrepreneurs des trente glorieuses, période marquée par un taux de croissance rapide et par une énergie bon marché. La question écologique n'était pas officiellement à l'ordre du jour. »²

Qu'entendons-nous par entreprise sociale ?

L'entreprise sociale serait alors le produit de l'entrepreneuriat social. Nous reprenons ici la définition de l'AVISE, citée par Draperi, indiquant que « les entreprises sociales sont des entreprises à finalité sociale, sociétale ou environnementale et à lucrativité limitée. Elles cherchent à associer leurs parties prenantes à leur gouvernance. »³

Qu'entendons-nous par entrepreneur social ?

¹ Jean-François Draperi, *L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée... art. cit.*, p.4

² BOUTILLIER, Sophie. *L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ?*. *Humanisme et Entreprise* 2008/5 (n° 290), p. 41-60, p.46.

³ Jean-François Draperi, *L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée... art. cit.*, p.4

Le terme *entrepreneur social* désigne une personne ayant une entreprise sociale **ou** ayant un projet d'entreprise sociale. Il n'y a pas de statut juridique à proprement parler, et le terme pouvant recouvrir différents stades du développement du projet.

Dans ce mémoire, nous nous intéressons aux jeunes ayant entre 18 et 30 ans :

- Qui ont un projet d'entreprise sociale dont ils veulent en faire leur activité principale et donc pouvoir en vivre. Ils peuvent être en cours d'écriture du projet, en phase de test de leur prototype, à la recherche de partenaires etc. Ils n'ont pas encore de statut juridique. Nous les appellerons, pour les distinguer quand cela sera nécessaire, les ***porteurs de projets***.
- Qui ont une entreprise sociale avec un statut juridique ou hébergé par une structure leur prêtant un numéro de SIRET (couveuses type BGE) : ils ont ainsi leur statut, leur produit/service, leurs premiers clients etc. Dans ce cas, nous nous intéressons à ceux dont le dépôt de statut date d'il y a moins d'un an et qui ne génère très peu voire pas de chiffre d'affaire pour pouvoir en dégager un revenu. Nous les appellerons les ***entrepreneurs lancés***.

Dans les deux cas, porteurs de projet comme entrepreneurs lancés, ils peuvent être seuls ou à plusieurs, mais ils sont à l'origine de l'idée du projet.

A l'intérieur de la catégorie « entrepreneurs sociaux » se trouvent également ceux qui ont une entreprise sociale avec statut juridique, dont l'activité tourne et dégage un certain chiffre d'affaire permettant de toucher une partie, sinon la totalité du revenu de l'entrepreneur. Nous les appelons les ***entrepreneurs établis***, que nous aborderons peu dans ce mémoire. Nous distinguons parmi eux ceux dont c'est l'activité principale qu'ils font à temps plein de ceux pour qui cela constitue une activité à temps partiel, complémentaire d'une autre activité. Les porteurs de projets et entrepreneurs lancés auxquels nous nous intéressons ambitionnent de devenir ***des entrepreneurs établis à temps complet***.

Tableau 1. Distinction des entrepreneurs sociaux en fonction du stade de projet

LES ENTREPRENEURS SOCIAUX			
Les porteurs de projet	Les entrepreneurs lancés	Les entrepreneurs établis	
		Les entrepreneurs établis à temps complet	Les entrepreneurs établis à temps partiel
<ul style="list-style-type: none"> - Pas de statut juridique - En cours de rédaction du projet / en phase de test - Principale activité ou activité complémentaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Statut juridique ou emprunt SIRET - Principale activité ou activité complémentaire - Début de l'activité avec très peu voire pas de chiffre d'affaire, ni de source de revenu 	<ul style="list-style-type: none"> - Statut juridique - Principale activité - Activité qui tourne avec chiffre d'affaire et source de revenu principal pour l'entrepreneur 	<ul style="list-style-type: none"> - Statut juridique - Activité complémentaire (d'une activité salariée ou d'autres entreprises) - Activité qui tourne avec chiffre d'affaire et source de revenu complémentaire pour l'entrepreneur

Par soucis de simplification, nous emploierons dans ce mémoire le terme « entrepreneurs sociaux » pour désigner les porteurs de projet et les entrepreneurs lancés.

Nous pouvons être amenés à penser qu'un entrepreneur social serait une personne engagée, ayant identifié une cause sociale à défendre et pour qui l'entrepreneuriat serait perçu comme une forme d'engagement pour répondre à cette cause et agir pour l'intérêt général. C'est d'ailleurs ce que l'on peut trouver dans certains articles traitant de la question : la cause sociale à défendre serait la motivation première de l'entrepreneur social.

La question de départ de ce mémoire était alors de savoir dans quelle mesure il était possible de parler d'une nouvelle forme d'engagement, en essayant de la comparer avec les autres formes d'engagements.

La littérature sur l'engagement des jeunes révèlent en effet que contrairement aux discours indiquant que les jeunes sont moins politisés, moins engagés, il y a au contraire de nouveaux répertoires d'engagement, dont des formes plus individuelles et concrètes comme la consommation responsable. A. Quéniart indique ainsi qu'« aujourd'hui, l'engagement serait plus pragmatique, visant l'atteinte d'objectifs limités et concrets, la réalisation d'actions ayant un effet direct et efficace sur le cours des choses, ici et maintenant, notamment chez les jeunes. »¹

¹ Olivier Fillieule, « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum », *Revue française de science politique* 2001/1 (Vol. 51), p. 199-215, p.204

Les formes d'engagement 'classiques' seraient alors de plus en plus délaissées car ne correspondant plus à l'envie d'engagement des jeunes qui s'inscrivent dans une société plus individualisée.

Or, la confrontation au terrain dès le début de l'enquête a vite montré qu'il s'agissait d'un questionnement biaisé, car partant justement du postulat que la motivation première de l'entrepreneur social était la résolution d'un problème social.

Car en effet, pour certains jeunes rencontrés, c'est la volonté d'entreprendre qui a d'abord précédée celle de l'identification d'une cause sociale pour laquelle s'engager. Nous avons donc différents types d'entrepreneurs sociaux en fonction de leurs motivations premières, motivations d'ailleurs issues de dispositions particulières.

La démarche de l'entrepreneuriat social résulterait alors de la combinaison d'une volonté d'entreprendre à celle de résoudre une problématique sociale par l'activité de l'entreprise, sans nécessairement d'ordre prédéfini entre les deux : la volonté d'entreprendre peut en effet être d'abord présente pour ensuite aboutir à la volonté de résolution d'un problème social, ou inversement, l'identification d'un problème social aboutit à une volonté d'entreprendre. Il n'y a donc pas de point de départ identique mais une diversité de débuts de parcours et de motivations.

Pourtant, dans les deux cas, ils s'identifient au terme d'entrepreneuriat social. En effet, comme précisé dans la partie consacrée à la méthodologie, l'annonce pour réaliser les entretiens était « *A la recherche de jeunes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat social* ». De plus, les entrepreneurs observés l'étaient dans le cadre d'un séminaire de formation à destination d'entrepreneurs sociaux : le fait qu'ils aient postulé pour y accéder indiquant qu'ils s'identifient à ces termes.

Ainsi, malgré leurs différences de motivations, ces jeunes convergent pour s'identifier autour de ce terme, ce qui est loin d'être systématique comme l'indique l'exemple que donne J.-F. Draperi avec les entreprises faisant du microcrédit qui ne se reconnaissent pas toutes dans la conception de l'entrepreneuriat social¹ : avoir envie de mettre la résolution d'un problème

¹ Jean-François Draperi, *L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée... art. cit.*,

social au cœur de l'activité de son entreprise ne signifie pas que l'on s'identifie en tant qu'entrepreneur social. De même, s'identifier en tant qu'entrepreneur social ne signifie pas que l'on sera reconnu en tant que tel par les autres.

Il semble alors y avoir tout un processus permettant de s'identifier et d'être identifié comme entrepreneur social, à l'intérieur duquel se trouvent d'autres processus permettant l'envie d'entreprendre, l'envie de s'engager pour une cause sociale, l'envie et le fait de se considérer et d'être considéré comme un entrepreneur social. C'est sur ces processus sociaux que ce mémoire se concentrera, tout en gardant à l'esprit que l'identité n'est pas donnée une fois pour toute mais « s'inscrit plutôt dans un processus de formation et de reformation continue dans le temps même de l'action. »¹. S'identifier une fois comme entrepreneur social ne veut ainsi pas dire que l'on s'identifiera tout le temps en tant que tel. Par ailleurs, l'individu a une pluralité d'identités car il s'inscrit dans plusieurs mondes sociaux, et ces identités peuvent rentrer en conflit : « l'inscription des acteurs sociaux dans de multiples mondes et sous-mondes sociaux qui peuvent, à l'occasion, entrer en conflit, est une des caractéristiques fondamentales de la vie sociale contemporaine. »²

R. Le Velly distingue dans les recherches autour de l'entrepreneuriat deux tendances : celles qui axent leurs recherches sur les caractéristiques sociodémographiques des entrepreneurs, et celles qui s'axent sur les processus et l'aspect dynamique de l'entrepreneuriat. Cette recherche se situe dans ce deuxième aspect, avec la problématique suivante :

Quels sont les processus sociaux qui engendrent l'identité (objective et subjective) d'entrepreneur social ?

Ce mémoire se distingue et se veut complémentaire des autres recherches autour de l'entrepreneuriat social sous plusieurs aspects :

Son public d'abord. Nous nous intéressons en effet aux jeunes qui ont entre 18 et 30 ans. Or la plupart des recherches sur les entrepreneurs en général et les entrepreneurs sociaux en particulier ne font pas de distinction d'âge. Pourtant, il s'agit d'une tranche d'âge particulière

¹ Olivier Fillieule, « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel... op cit. p.204

² Ibid. p. 207

avec des caractéristiques spécifiques : nous sommes en effet dans un contexte où le chômage des jeunes est important. Cet âge indique également que l'expérience professionnelle est faible voire inexistante faisant ainsi du choix d'entreprendre l'une des premières expériences professionnelles. L'attrait pour l'entrepreneuriat comme choix de carrière chez les jeunes est plus important que chez leurs aînés, comme l'indique l'indice entrepreneurial Français¹. La situation familiale est elle aussi particulière (certains sont encore chez leurs parents, la plupart n'ont pas encore d'enfant² etc.). Toutes ces spécificités, qui sont dues à la tranche d'âge et/ou à l'effet de génération entraînent potentiellement des particularités en terme d'engagement et de motivations à entreprendre socialement.

La temporalité ensuite. Entreprendre est un processus dynamique qui dure tout au long de la vie de l'entreprise. Mais dans le cadre de ce mémoire, nous nous concentrons sur le moment où l'entreprise n'est pas encore créée et est encore au stade de l'idée ou vient tout juste de l'être. Nous nous distinguons ainsi de la plupart des études autour de l'entrepreneuriat en général et de l'entrepreneuriat social en particulier qui s'intéressent peu à cette phase du processus (ils s'arrêtent soit aux motivations, soit prennent en considération des entrepreneurs déjà établis).

Son terrain enfin. Comme nous le développerons dans la méthodologie, nous avons réalisé des entretiens mais nous avons également réalisé une observation participante lors d'un campus de formation en internat pour jeunes entrepreneurs sociaux en début de projet d'une durée d'une semaine, nous donnant ainsi accès aux contenus des formations mais également aux réactions face à ces contenus lors des formations et lors des temps libres.

Pour répondre à la problématique fixée, notre analyse se fera en deux parties. Nous verrons dans la première les processus par lesquels les jeunes ont acquis des dispositions leur permettant, lorsqu'ils sont amenés à rencontrer le terme d'entrepreneuriat social, de s'y reconnaître et/ou de vouloir s'y investir avec un projet d'entreprise sociale. Nous verrons en effet que l'envie d'entreprendre des jeunes et leur envie de défendre une cause sociale sont issues de socialisations et de trajectoires particulières. L'entrepreneuriat social arrive donc

¹ 52% des jeunes de moins de 30 ans estiment que le choix de carrière est le plus intéressant, contre 45% pour les plus âgés. Voir Indice entrepreneurial Français 2016 :

http://media.afecreation.fr/file/84/9/analyse_ief2016_sp_versionfinale.96849.pdf

² En 2017, l'âge moyen des femmes au premier accouchement est 30,6 ans selon l'INSEE. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381390#graphique-Donnes>

dans leur parcours en apparaissant comme une réponse à ces envies et/ou comme une opportunité à saisir pour se distinguer au sien du marché.

Comme nous l'avons dit, se reconnaître dans l'entrepreneuriat social ne signifie pas que l'on est reconnu en tant que tel par les structures de ce domaine. Or, cette reconnaissance par les autres a une importance afin d'affirmer son identité mais également pour permettre l'accès à des ressources nécessaires au développement du projet d'entreprise sociale. Nous verrons dans la seconde partie comment les jeunes essayent de légitimer leur projet et donc leur identité en tant qu'entrepreneurs sociaux. Nous mettrons alors en avant les critères nécessaires pour être reconnu en tant qu'entrepreneur social et ce que cela engendre chez les jeunes, notamment en terme de questionnements identitaires.

Méthodologie

Afin de répondre à la problématique, une approche qualitative a été privilégiée, au travers d'entretiens semi-directifs et d'une observation participante lors d'un séminaire de formation pour entrepreneurs sociaux.

Les entretiens semi-directifs permettaient d'identifier les parcours, les motivations mais aussi la perception de l'entrepreneuriat social des enquêtés.

L'observation participante quant à elle permettait de voir le contenu transmis à ces entrepreneurs et donc les normes de l'entrepreneuriat social, mais aussi la manière dont cela est perçu à travers leurs réactions.

Par ailleurs, une observation a été faite dans le cadre d'un groupe d'échange de jeunes entrepreneurs sociaux, dont la thématique était les motivations et freins à l'entrepreneuriat social.

Je voulais également avoir une approche quantitative afin de pouvoir dresser une typologie des jeunes qui se lancent dans l'entrepreneuriat social, à travers les dossiers de candidatures reçus par les structures d'accompagnement. Néanmoins, cette dernière approche s'est vue contrainte par des dispositions légales. J'ai en effet demandé l'accès aux dossiers de candidature de quelques structures d'accompagnement parisiennes¹, celles-ci étaient d'accord sur le principe et voyaient un intérêt à cette démarche, mais la loi nécessite de prévenir en amont les candidats de cette enquête au moment où ils soumettent leurs dossiers. Or, les appels à candidatures étaient déjà lancés au moment de ma demande, ce qui a impliqué une l'impossibilité d'étudier ces dossiers.

Le mémoire se basera ainsi principalement sur l'analyse qualitative des entretiens menés, mais également d'une observation participante dans le cadre d'une formation de cinq jours en internat.

¹ Ticket for Change, Live for Good, Antropia Essec, Rêve et Réalise, Enactus France

Les entretiens semi-directifs

Recrutement

Pour ces entretiens, le recrutement s'est principalement fait à l'aide des réseaux sociaux, à partir de l'annonce suivante : « A la recherche de jeunes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat social (pour un super mémoire de recherche !) » diffusée sur la page de mes profils personnels (Facebook, LinkedIn), mais également sur des pages de groupes de jeunes.

Par cette démarche, le but était d'attirer des personnes qui se reconnaissent dans le terme « entrepreneuriat social », sans pour autant leur imposer de cadre spécifique dans la définition. Cela implique également que des personnes soient volontaires et qu'elles fassent l'effort de venir me contacter pour me dire qu'elles veulent bien faire l'entretien. Elles font alors la démarche pour pouvoir accéder à l'espace de parole que je peux leur offrir

Par cette annonce, cinq personnes m'ont contactée d'elles-mêmes, dont trois ont véritablement débouché sur un entretien, les deux autres n'ayant pas donné de nouvelles par la suite.

Le message Facebook peut également faire venir des « intermédiaires », qui vont commenter le *post* en mentionnant le nom d'une personne de leur contact qu'ils pensent correspondre au profil. Dans ce cas, je contactais la personne par message privé pour demander un entretien. Ce fut le cas de trois personnes. Ainsi, non seulement les jeunes se définissent comme entrepreneur social mais ils se revendiquent et sont identifiés comme tels par leurs proches.

Par messages privés aux intéressés, je présentais l'entretien comme une discussion pour en savoir plus sur leur parcours et leurs motivations.

Parmi les enquêtés, trois avaient fait le programme Rêve et Réalise, un postulait au programme Ticket for Change¹, un avait postulé à un concours de l'ESSEC, le Global Social Venture Competition (GSCV)².

Encadré 1. Focus sur le programme Rêve et Réalise

Rêve et Réalise est un programme porté par l'association Unis-Cité, créée en 1994 et initiatrice du Service Civique en France. Alors que les missions de Service Civique sont généralement déjà établies et proposées au jeunes, en 2015, Unis-Cité a décidé de tester un « Service Civique inversé », aujourd'hui appelé Service Civique d'initiative : au lieu de proposer une mission au jeune comme c'est le cas classiquement, l'idée est ici que le jeune vienne avec son idée de mission, son idée de projet solidaire. C'est la naissance du programme Rêve et Réalise. Ainsi, Unis-Cité propose d'accompagner ces jeunes porteurs de projets solidaires pendant un Service civique de 8 mois, avec

¹ <https://www.ticketforchange.org/>

² <https://www.gsvc-essec.org/>

des promotions de 15 jeunes porteurs de projets différents dans les différentes antennes où ce programme est porté. Ces jeunes bénéficient ainsi de l'indemnité du Service Civique (environ 570€ par mois) tout en bénéficiant d'un accompagnement au montage de projet. L'optique est de permettre aux jeunes de pouvoir vivre une expérience humaine et solidaire en testant le montage de projet, mais il n'y a aucune obligation de pérenniser son projet à la suite. De fait, ce sont un peu moins de la moitié des projets qui se pérennisent suite au programme.

Dans une optique d'avoir des équipes dans la diversité, Unis-Cité tient compte des caractéristiques socio-démographiques des jeunes en essayant de composer des équipes avec autant de jeunes de profil dits « éloignés » de l'entrepreneuriat (niveau infrabac ou en décrochage scolaire, zone QPV, situation de handicap etc.) que de profil « non éloignés ».

Cadre de l'entretien

Les entretiens se sont principalement déroulés dans des cafés (4), mais aussi pour certains sur les quais de Seine (2) voire chez l'enquêté (1).

Le fait d'avoir à peu près leur âge, que certains se trouvaient dans la même situation du mémoire de fin d'étude il y a quelque temps, et que la quasi-totalité (6 sur 7) savaient que j'étais moi-même porteuse d'un projet (cf. encadré 3), la distance entre les enquêtés et moi était faible, et la relation dominant – dominé inhérente à toute situation d'enquête était peu prononcée.

Il faut tout de même garder à l'esprit que l'« entretien quelle que soit sa forme n'est jamais une conversation ordinaire »¹ : la présence du dictaphone notamment, auquel ils prêtaient attention en me demandant s'ils parlaient assez fort pour l'enregistrement, ou encore le fait que j'écrive sur mon carnet de notes et qu'ils prenaient des temps de pause pour attendre que je termine d'écrire le prouvent bien.

Par ailleurs, l'entretien étant une opportunité pour l'enquêté d'« exprimer ce qui lui semblait alors non dicible dans d'autres espaces et pour mettre en sens son histoire et son vécu. »², il est intéressant de noter les remerciements des enquêtés à la fin de l'entretien. Nabil m'a ainsi dit « tu m'as posé des questions que je ne m'étais jamais vraiment posées », ou encore Marie, « ça m'a fait du bien de pouvoir parler de ça ».

¹ LEGAVRE Jean-Baptiste, "La "neutralité" dans l'entretien de recherche. Retour personnel sur une évidence", Politix, 1996, 35, pp.207-225, p.216

² BALLAND Ludivine, "Un cas d'école. L'entrée dans le métier de professeur d'une 'enfant de la démocratisation scolaire'", Actes de la recherche en sciences sociales, 2012, 53, pp.61-90, p. 42

Guide d'entretien

Les entretiens étaient d'une durée moyenne d'une heure et demie. Le guide d'entretien se décomposait en trois parties :

- Une présentation générale de l'enquêté. Je demandais en particulier le parcours, scolaire et professionnel, je les interrogeais sur leurs formes d'engagement passées et actuels, mais également sur leur famille. La fin de cette première partie consistait à leur demander l'élément déclencheur qui leur a donné envie de monter un projet.
- La vision de l'entrepreneuriat social. Pour cette partie, je cherchais à voir ce que représentaient l'entrepreneuriat social pour ces jeunes. Je leur demandais de me le définir avec leurs propres mots, le contexte dans lequel ils l'ont entendu pour la première fois, le moment où ils se sont identifiés à ce terme, et la distinction qu'ils font entre l'entrepreneuriat classique et l'entrepreneuriat social.

Nous l'avons dit précédemment, le terme « entrepreneuriat social » revêt plusieurs significations et nous n'avons pas voulu imposer de définition aux enquêtés. Ainsi, cette partie de l'entretien sert à voir quelle est la définition qu'ils retiennent et dans laquelle ils s'identifient et par qui leur a été donné cette information afin de voir l'impact qu'on les différents acteurs qui agissent pour l'entrepreneuriat social dans le discours des jeunes.

- Projet, situation actuelle et accompagnement. Enfin, la dernière partie de l'entretien était centrée sur la situation actuelle de l'enquêté, de manière générale mais surtout par rapport à son projet (Avec quelle rémunération vivent-ils actuellement ? Où travaillent-ils ? Qu'en pense leur entourage ? Ont-ils une équipe ?...).

Pour les personnes ayant bénéficié d'un programme d'accompagnement, il s'agissait également de revenir sur la candidature, les attentes et les apports du programme mais aussi de la manière dont a évolué leur projet et leur posture suite au programme.

Pour celles postulant à des programmes, je leur demandais de m'expliquer comment se passe la candidature et ce qu'ils y ont écrit, mais aussi ce qu'ils attendent du programme d'accompagnement. Je les interrogeais également ce qu'ils comptaient faire en cas de non acceptation au programme, leurs ambitions et leurs craintes pour la suite.

Observation participante

L'observation participante s'est faite dans le cadre d'un séminaire de formation de l'organisme Live for Good, durant 5 jours, en internat au CEDEP, à Fontainebleau.

Chaque entrepreneur sélectionné a du déboursier la somme de 200€ et il était obligatoire d'être présent les cinq jours, sauf exception majeure.

Au total, ce sont 43 jeunes entrepreneurs sociaux ayant entre 18 et 30 ans qui étaient réunis lors de ces cinq jours. En annexe se trouve le planning de ces cinq jours qui alternaient formations et temps libres.

Encadré 2. Le programme Live for Good

L'association Live for Good a été fondée par la famille Courtois : le président, Jean-Philippe Courtois, est 'numéro 2' de Microsoft en tant que vice-président exécutif et président des ventes, du marketing et des opérations au niveau mondial. Cette association a été créée en mémoire de leur fils, Gabriel, très intéressé par l'entrepreneuriat social et décédé à l'âge de 22 ans. Elle organise chaque année depuis 3 ans le Prix Gabriel, prix permettant à 5 porteurs de projets d'entreprises sociales de bénéficier d'une bourse de 10 000€, « pour leur permettre de se consacrer à temps plein sur leur projet », ainsi que d'un accompagnement au développement de projet pendant un an, l'accès à un espace de co-working et un voyage aux Philippines dans la « Silicon Valley de l'entrepreneuriat social », la Ferme Enchantée de Gawad Kalinga¹.

Live for Good entend également développer une communauté d'entrepreneurs « for good » : tous les candidats au prix Gabriel font parti de la communauté, même s'ils ne sont pas lauréats. Live for Good organise ainsi régulièrement des événements et des ateliers de formation à destination de cette communauté venant de toute la France et comptant aujourd'hui environ 300 personnes.

L'organisation du prix Gabriel pour l'année 2018 a considérablement changé par rapport aux années précédentes, notamment grâce à un partenariat avec le CEDEP, centre de formation se situant à Fontainebleau et accueillant des dirigeants et managers de grands groupes internationaux².

Avant de choisir les 5 lauréats du prix Gabriel, ils ont sélectionné 43 porteurs de projet parmi les dossiers de candidature. Ces 43 'demi-finalistes' bénéficient de 3 séminaires de formation de 5 jours en internat au CEDEP, appelé « Le Campus ». C'est au premier Campus que nous avons assisté. Ils bénéficient également chacun d'un 'parrain' qui les suivra pendant 10 mois, et de cours en ligne gratuits grâce à un partenariat avec la plateforme OpenClassroom³.

Parmi ces 43 porteurs de projet se trouvent les 5 lauréats, dont les noms seront dévoilés fin Novembre.

Comme il est expliqué dans l'encadré n.3, cette observation participante résulte d'une opportunité. J'ai candidaté à cette formation avant tout dans le cadre de mon association, que

¹ <http://gk1world.com/gk-enchanted-farm>

² <http://www.cedep.fr/>

³ <https://openclassrooms.com/fr/>

je dirige en parallèle de ce mémoire. Ayant été acceptée (nous verrons les critères de sélection dans le corps du mémoire), j'allais dans cette formation à la fois afin d'apprendre et de rencontrer d'autres jeunes entrepreneurs sociaux, mais j'en ai également profité pour faire une observation participante. J'étais donc en présence des autres jeunes lors des formations, lors des repas (petits déjeuners, déjeuners, diners) et lors des temps libres et étais identifiée comme étant une participante à part entière.

Le contenu des formations étant envoyés par la suite, j'en profitais donc pour prendre mes notes d'observation lors des formations sur mon carnet (comme si je prenais en note la formation) mais aussi en rentrant le soir dans ma chambre.

Cette observation m'a permis d'analyser les informations transmises, ce qui est considéré pour les structures de l'entrepreneuriat social telle que Live for Good comme une entreprise sociale acceptable, les réactions des jeunes face à cela mais aussi, lors des moments off, les conversations et la constitution de la communauté.

Lors de cette formation, Live for Good a mis en place la rédaction d'un livre en commun, le Start-Up book : les entrepreneurs devaient y inscrire leurs ressentis, ce qu'ils ont retenu de la formation. Nous nous appuyerons également sur ce que les entrepreneurs ont pu y écrire, tout en prenant en compte le fait qu'il s'agit d'écrits à la vue de tous les autres participants et qu'il y a donc des enjeux en terme de présentation de soi et de son ressenti.

Ce n'est qu'après la formation que j'ai informé Live for Good et les participants du séminaire de cette enquête et du mémoire, en leur demandant l'autorisation, et en précisant bien que l'anonymat des entrepreneurs serait préservé.

Observation

L'observation non-participante s'est faite dans le cadre d'un groupe de discussion de jeunes volontaires du programme Rêve et Réalise. La discussion avait pour thématique les motivations et les freins à l'entrepreneuriat social. Ce groupe avait lieu dans le cadre d'un séminaire de formation chez l'incubateur MakeSense pour des volontaires Rêve et Réalise venus de toute la France souhaitant pérenniser leur projet et ayant été sélectionnés. Cette discussion arrivait lors du troisième jour de formation : les jeunes ont eu le temps de faire connaissance entre eux. Elle était animée par deux volontaires en Service Civique de l'association MakeSense. Je me suis présentée aux jeunes comme étant une ancienne

volontaire du programme ayant pérennisé son projet et leur ai dit que j'étais là pour prendre des notes pour mon mémoire de master.

Encadré 3. Posture de l'auteur

Dans le cadre de mon année de césure, j'ai effectué un service civique¹ au sein du programme Rêve et Réalise (R&R) de l'association Unis-Cité, de Novembre 2015 à Juin 2016.

C'est dans ce cadre que j'ai découvert l'économie sociale et solidaire ainsi que l'entrepreneuriat social.

Il n'était pas nécessaire de vouloir pérenniser son projet suite au programme, et encore moins de vouloir en vivre. Ainsi, certains voulaient seulement monter un projet en 8 mois, comme une parenthèse dans leur parcours, d'autres envisageaient déjà de pérenniser leur projet en rentrant dans le programme et d'autres encore ont changé d'avis, ne voulant plus pérenniser au final ou passant de l'idée de la parenthèse à celle de la pérennisation. Je me trouve dans le dernier cas.

Mon projet dans le cadre du programme consistait à développer et animer des ateliers de sensibilisation aux stéréotypes sur les femmes et les hommes dans des collèges et lycées. Suite à ce service civique, j'ai continué ce projet qui est aujourd'hui devenu une association.

Lorsque je me présentais aux deux porteuses de projet ayant bénéficié du programme Rêve et Réalise, je me présentais alors comme ancienne bénéficiaire du programme ayant pérennisé son projet, permettant ainsi une certaine identification.

C'est dans le cadre de mon service civique et des partenariats du programme R&R avec d'autres structures d'accompagnement de jeunes porteurs de projets sociaux que j'ai pu prendre connaissance de ces structures.

Leur accès dans le cadre du mémoire était facilité car bénéficiant du réseau d'Unis-Cité d'une part, et annonçant que j'étais une ancienne bénéficiaire du programme R&R d'autre part.

L'un des partenaires de R&R est Live for Good (cf. encadré 1)

J'ai candidaté à leur « Prix Gabriel » en 2017 et je fais ainsi partie de leur « communauté d'entrepreneur sociaux », réunissant tous les candidats à leur prix.

Pour cette année 2018, j'ai candidaté une seconde fois dans le cadre de mon association et j'ai été sélectionnée parmi les 45 autres « demi-finalistes ». J'ai ainsi assisté au premier campus de formation, 5 jours, du 27 au 31 août au CEDEP.

Je m'y suis donc initialement rendue en tant que bénéficiaire du programme et candidate au prix Gabriel 2018 : j'étais considérée comme tel aussi bien par les membres de Live for Good, les formateurs, et les jeunes entrepreneurs sociaux. J'ai ainsi profité de cette opportunité pour y faire une observation participante. C'est suite à cette formation que j'ai demandé l'autorisation à Live for Good de pouvoir évoquer le campus, et les autres jeunes ont également été prévenus, même s'ils restent anonymes.

Etant membre de la communauté depuis plus d'un an d'une part, et s'agissant d'un mémoire de master qui a priori ne sera pas diffusé à large échelle, Live for Good ne prenait donc pas beaucoup de risques en me laissant écrire sur eux.

Quant aux participants du campus, ils ont été prévenus via un post sur le réseau social Facebook que ce mémoire allait être rédigé et que des passages du campus allaient être retranscrits mais que leur anonymat serait préservé.

¹ Un service civique est une mission d'intérêt général destiné aux jeunes entre 16 et 25 ans. D'une durée comprise entre 6 et 12 mois, les volontaires en service civique sont indemnisés à hauteur de 570€ par mois

Première partie

Quand la rencontre avec l'entrepreneuriat social active les dispositions à entreprendre socialement et fait sens pour soi

Avoir un projet d'entreprise sociale et l'identifier comme tel, ce qui correspond à une étape de la carrière de l'entrepreneur social, résulte de dispositions, de trajectoires biographiques mais également de contextes institutionnels qu'il convient de mettre en avant. « Une analyse en termes de carrière appelle l'articulation des trajectoires individuelles aux contextes dans lesquels elles se déroulent. »¹

Cela s'inscrit en effet tout d'abord dans un modèle de société dans lequel il est ancré.

Il faut ainsi prendre en considération le fait que nous sommes actuellement dans un modèle libéral prônant l'entrepreneuriat, facilitant ses démarches, 'start-up nation' dans laquelle chaque individu est capable d'entreprendre. Pour l'illustrer, nous pouvons prendre le cas du statut d'auto-entrepreneur et de la micro-entreprise qui peut désormais se faire directement en ligne² en « quelques minutes »³. Nous pouvons également évoquer la mise en avant de *role models*, des entrepreneurs, souvent jeunes qui ont réussi à faire décoller leur entreprise, avec l'émergence d'émissions les mettant en valeur comme Hello Startup lancée en 2014⁴, ou encore Start-Up Stories mettant en avant des « start-upers qui font progresser le monde »⁵. Ce modèle rompt avec l'ancien dans lequel salariat et CDI étaient les normes et l'entrepreneuriat était l'exception, difficile d'accès.

Dans le même temps, nous sommes dans un contexte socio-politique où la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux sont presque devenus inévitables : réseaux sociaux, RSE, les objectifs de développement durables de l'ONU, le projet de loi PACTE avec la reconnaissance des entreprises à mission etc.

Il faut ainsi garder à l'esprit que ces jeunes souhaitant se lancer dans l'entrepreneuriat social s'encrent dans ce contexte, impliquant ainsi certaines motivations, certains conflits, certains questionnements au niveau de leur subjectivité.

Parallèlement à ce modèle de société, il y a des socialisations particulières et des trajectoires aboutissant à la volonté de créer une entreprise sociale. La diversité des situations des personnes interrogées et observées dans le cadre de cette enquête regroupe néanmoins certaines caractéristiques dans l'agencement des motifs et des parcours.

¹ Olivier Fillieule, « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum », *Revue française de science politique* 2001/1 (Vol. 51), p. 199-215, p.209

² Sur des sites comme <https://www.legalstart.fr>, <https://espace-autoentrepreneur.com/devenir-auto-entrepreneur>

³ <https://www.legalstart.fr/>

⁴ <https://startup.orange.com/fr/hello-startup/>

⁵ <https://startup.orange.com/fr/start-up-stories/>

A partir des récits biographiques et dans une logique inductive, nous avons identifié pour l'analyse trois *scenario-types* de porteurs de projet d'entreprise sociale, regroupant trois pôles : le pôle *entrepreneuriat*, le pôle *cause sociale*, et le pôle *entrepreneuriat social*.

- **Scénario 1 : La volonté de créer son entreprise avant tout.** Dans ce scénario, la volonté est d'abord de créer sa propre entreprise, son propre emploi, de monter son propre projet, pour diverses motivations que l'on retrouve dans la littérature sur les motivations à l'entrepreneuriat (autonomie, chômage etc.). L'entrepreneuriat social représente une opportunité pour ces personnes : elles sont « tombées » dessus en cherchant un accompagnement ou des ressources pour leur projet d'entreprise classique. L'entrepreneuriat social représente une opportunité de marché, une opportunité d'accéder à des ressources etc. Le côté social vient donc après, car il y a une nécessité d'adaptation du projet d'entreprise afin de lui donner une mission sociale pour rentrer dans la case « entreprise sociale » et ainsi bénéficier des opportunités qui s'offrent à ce public.

- **Scénario 2 : La volonté d'agir pour une cause sociale avant tout :** La personne est animée par une cause sociale qui lui tient particulièrement à cœur. En plus des modalités classiques d'engagement afin d'agir pour cette cause (ONG, association, partis politique, consommation responsable etc.), elle découvre l'entrepreneuriat social, qui apparaît comme une forme d'engagement afin de défendre sa cause, tout en restant indépendante. En acceptant ce mode d'engagement, elle va par la suite développer le côté entrepreneurial qui va se mettre au service de la cause initiale défendue.

- **Scenario 3 : Le Projet d'entreprise d'une personne déjà très engagée.** La volonté de créer une entreprise peut résulter d'une passion dont on a envie de faire son métier. Dans ce scénario, la passion qui motive à la création de l'entreprise correspond à une cause sociale pour laquelle la personne est déjà très engagée, et dont les modes 'classiques' d'engagement ne lui conviennent pas. La personne se trouve confrontée à la nécessité de concilier l'envie d'entreprendre et l'envie d'engagement. Elle fait alors la découverte de l'entrepreneuriat social comme conciliant les deux aspects.

Tableau 2. Scénario-types

	<i>Scénario 1</i>	<i>Scénario 2</i>	<i>Scénario 3</i>
Etape 1	Volonté d'entreprendre	Cause qui tient à cœur pour laquelle on veut s'engager	Envie de vivre de son engagement (= passion)
Etape 2	découverte de l'entrepreneuriat social	découverte de l'entrepreneuriat social	Idée d'entreprendre
Etape 3	Définition d'une cause à défendre pour l'entreprise	Penser une entreprise au service de la cause	Découverte de l'entrepreneuriat social
<i>Idée de projet d'entreprise sociale identifié comme tel</i>			

Dans ces trois scenario-types, il apparaît un processus dont découle à son issue une idée de projet d'entreprise sociale. La découverte de l'entrepreneuriat social n'arrive ici jamais en premier car nous partons du postulat qu'il ne peut faire sens s'il n'y a pas déjà certaines dispositions ayant entraîné l'envie d'entreprendre et/ou l'envie de s'engager pour une cause sociale.

Dans ce chapitre, nous étudierons les pôles de ce processus, sans pour autant établir de chronologie : en effet, comme le montre ces scenarios, les pôles s'imbriquent dans des ordres différents pour aboutir à l'idée de projet d'entreprise sociale. Nous allons ainsi à l'encontre de l'idée selon laquelle, pour les entrepreneurs sociaux, « le déclencheur de la motivation, dans ce cas-là, est la constatation d'un besoin qui concerne un groupe social ou professionnel, une communauté ou un territoire (A. Tounes et A. Fayolle, 2006). »¹

Dans un premier temps, nous nous intéresserons à la question de l'entrepreneuriat. Il y a en effet la volonté qui apparaît à un moment de monter sa propre entreprise, qu'elle soit à l'origine du projet ou non. Nous verrons notamment ce qui, dans l'environnement et la trajectoire des individus, explique les motivations entraînant une volonté d'entreprendre.

¹ Inès Gabarret, Benjamin Vedel « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », La Revue des Sciences de Gestion 2015/1 (N° 271), p. 13-20, p.16

Dans un second temps, nous nous intéresserons à la question de la cause sociale défendue. Il y a en effet, la volonté qui apparaît de résoudre un problème social (ici aussi, qu'elle soit présente dès le départ ou non). Identifier une cause que l'on considère comme nécessitant un engagement et le passage à l'action nécessite des dispositions qui sont acquises par les socialisations et les trajectoires des individus. Nous verrons notamment que pour la plupart des personnes interrogées, il ne s'agit pas de leur première forme d'engagement.

Puis, dans un troisième temps, nous évoquerons la rencontre avec la notion d'entrepreneuriat social. Nous nous interrogerons sur le contexte dans lequel il a été rencontré, en mettant en avant le fait que la plupart des enquêtés en donnent l'exacte même définition, à quelques mots près. Nous verrons l'interprétation subjective qu'ils en font en terme d'identité (se reconnaissent-ils eux-mêmes et/ou leur projet dedans ?) et comment ce modèle peut répondre selon eux à leurs attentes, aspirations et parfois dilemmes.

Nous conclurons sur la naissance de l'idée de projet d'entreprise sociale et des implications pour la suite.

I - Quête de liberté, d'identité et opportunité : quelles origines de la motivation entrepreneuriale des jeunes ?

Pour tous ces jeunes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat social, s'est fait à un moment donné le choix d'entreprendre dans le sens de créer son entreprise, monter son propre projet et pouvoir en vivre. Le fait même de s'être posé la question d'entreprendre n'est pas anodin. Ainsi, l'Indice Entrepreneurial Français¹ montre que 31% de la population des plus de 18 ans n'a jamais songé à entreprendre.

Pour le choix, l'entrepreneuriat est perçu comme une carrière professionnelle intéressante pour 47% des Français². De plus, 37% des Français ont déjà songé à créer une entreprise mais ne souhaitent pas le faire.³

Il y a donc la dynamique de se poser la question d'une part et choisir de le faire d'autre part.

Afin d'étudier ces deux aspects, nous nous placerons du côté des *motivations*, que nous entendons comme « les conditions initiales de l'action »⁴ et que nous tenterons de déceler notamment à partir des *motifs* énoncés par les enquêtés, motifs dont nous reprenons la définition d'Olivier Fillieule, à savoir « une verbalisation permettant, en situation, de produire des justifications du comportement. (...) ils dépendent d'une culture donnée et la justification des conduites individuelles s'exprime dans les catégories générales du langage. »⁵

Une vaste littérature est présente afin d'étudier les motivations à entreprendre des entrepreneurs. Un modèle de compréhension des motivations a longtemps prédominé, appelé modèle « push/pull ». Il se base sur l'idée que la création d'entreprise peut résulter d'un choix, d'une opportunité (pull), ou être subie, par contrainte comme le besoin de rémunération

¹ Créé en 2016 par l'Agence France Entrepreneur, il s'agit d'un « outil de mesure du dynamisme entrepreneurial français » Rien que le fait que ça ait été créé en 2016 montre le contexte de « start-up nation » avec de plus en plus d'entreprises créées et une volonté de le mesurer.

Il s'agit d'un questionnaire distribué à 1700 personnes par la méthode des quotas.
http://media.afecreation.fr/file/84/9/analyse_ief2016_sp_versionfinale.96849.pdf

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Olivier Fillieule, « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum », art. cit., p.204

⁵ Ibid.

pour un chômeur¹ (push), ces deux cas de figure étant exclusifs.

Mais ce modèle est remis en question ces dernières années, les auteurs le justifiant par « les mutations de l’environnement du travail et l’essor de l’entrepreneuriat »² et par une « époque [qui] est à l’autonomie et à la quête de sens »³ entraînant alors d’autres motivations et ainsi d’autres profils d’entrepreneurs et rendant le modèle « push/pull » moins efficace : « la multiplicité des situations de créations entrepreneuriales et de profils d’entrepreneur est imparfaitement retranscrite par les théories existantes et demande un éclairage nouveau. »⁴

Dans leur article *Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale*, Inès Gabarret et Benjamin Vedel proposent une revue de littérature, que nous reprenons ici, référant les autres modèles de compréhension de motivations à l’entrepreneuriat venant compléter la logique push/pull, avec la mise en avant d’autres motivations.

Tableau 3. Motivations à l'entrepreneuriat dans la littérature

Modèle « push/pull »	Y. Robichaud et al. D. Kuratko et al.	E-M. Hernandez
<ul style="list-style-type: none"> - Opportunité économique (= se faire plus d'argent) - Nécessité (= absence d'emploi) - Insatisfaction avec le travail précédent - Désir d'autonomie et d'indépendance 	<ul style="list-style-type: none"> - Récompense extrinsèque monétaire (acquisition de richesse, augmentation du revenu) - Récompense intrinsèque liée à l'accomplissement d'une tâche (poursuivre un défi, se développer) - La recherche d'autonomie et d'indépendance (conserver sa liberté, créer son propre emploi, être son propre chef, contrôler sa destinée) - La sécurité de sa famille (assurer le futur économique de sa famille, créer une affaire pour transmettre à ses enfants). 	<ul style="list-style-type: none"> - Passion/réalisation personnelle - Autonomie - Mieux gagner sa vie/faire fortune - Obtention d'un revenu - (puissance / besoin de pouvoir)

Ils citent notamment certains auteurs comme Y. Robichaud et al.,⁵ qui proposent une typologie des motivations par l’opposition des motivations économiques (possibilité de gagner plus d’argent, d’avoir une sécurité financière etc.) et non économiques (la réalisation de soi etc.) et la complètent en ajoutant la distinction entre le positif et le négatif, aboutissant

¹ Inès Gabarret, Benjamin Vedel « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », art. cit.

² Ibid. p.14

³ E.-M. Hernandez, cité par Inès Gabarret, Benjamin Vedel in « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », art. cit, p.14

⁴ Ibid.

⁵ Robichaud Y., McGraw E., Roger A. (2001), “Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Aug., Vol. 6, n° 2, p. 189-201.

au modèle suivant, dont les catégories ne sont pas exclusives :

Tableau 4. Dimensions de la motivation entrepreneuriale, I. Gabarret et B. Vedel¹

	<i>Négatif</i>	<i>Positif</i>
<i>Non-économique</i>	Manque de satisfaction	Désir de satisfaction
	Manque d'autonomie	Désir d'indépendance
<i>Economique</i>	Manque d'emploi	Désir de travailler
	Manque d'argent	Désir d'augmentation du revenu

En gardant ces motivations développées dans la littérature en tête, nous nous intéressons dans cette partie au **pourquoi** des motivations, à ce qui les ont amenées. Prenons l'exemple d'une personne motivée pour créer son propre emploi par « nécessité » car elle est au chômage, dans la logique « push/pull ». Se posent alors au moins deux questions : 1/ Dans quel contexte socio-politique s'inscrit-elle pour que cette idée d'entreprise lui vienne en tête ? 2/ pourquoi ce n'est pas le cas de tous les chômeurs ?

Les motivations découlent en effet d'une certaine socialisation, mais aussi d'expériences, de la trajectoire de l'individu.

Par ailleurs, la particularité de ce mémoire est de s'intéresser spécifiquement à un public jeune, ayant entre 18 et 30 ans : cela implique notamment des courtes premières expériences dans l'emploi, voire aucune expérience professionnelle, et un taux de chômage élevé pour cette catégorie de la population (plus précisément les 20-25 ans).

On constate également que ces jeunes s'intéressent plus à l'entrepreneuriat que leurs aînés : 52% des moins de 30 ans estiment que l'entrepreneuriat est le choix de carrière le plus intéressant contre 42% des générations antérieures selon l'Indice Entrepreneurial Français². Il ne nous est pas possible à ce stade de savoir s'il s'agit d'un effet d'âge (le fait d'être jeune attire plus à l'entrepreneuriat) ou d'un effet de génération (le fait d'être né à une certaine

¹ Inès Gabarret, Benjamin Vedel in « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », art. cit, p.19

² Indice entrepreneurial Français

époque entraîne une attirance plus forte à l'entrepreneuriat) car cela nécessiterait une étude longitudinale. Il est néanmoins important de prendre en compte cette caractéristique de notre échantillon pour la suite.

L'analyse des observations et des entretiens menés dans le cadre de ce mémoire correspondent aux recherches montrant que « le besoin d'accomplissement, la possibilité de créer son propre emploi et le désir d'autonomie, se placent, souvent, au premier rang des citations de la motivation des créateurs (T. Verstraete et B. Saporta, 2006). »¹

Cela apparaît clairement lorsque la question du pourquoi entreprendre est posée au groupe de jeunes entrepreneurs sociaux dans le cadre d'une formation.

Carnet d'observation campus Live for Good

2^e jour de formation – Formation « Forum : à la découverte des autres entrepreneurs »

Le formateur explique qu'il est nécessaire de connaître ses motivations à entreprendre et qu'il faut donc se demander pourquoi est-ce que l'on fait ça.

Il invite l'auditoire à prendre la parole et à s'exprimer sur leurs motivations à entreprendre. Il s'agit ainsi de faire part de ses motivations devant tout le monde. Je présume que les personnes qui voudront prendre la parole exprimeront des motivations jugées acceptables, pour ne pas perdre la face. Personne ne voudra dire « car j'aime bien diriger et avoir le pouvoir » par exemple. Je présumais même que tout le monde donnerai la volonté de défendre une cause en premier lieu.

Voici les réponses de ceux qui ont levé la main pour prendre la parole (il n'y a pas d'intervention du formateur entre les réponses) :

« C'est l'idée de faire ensemble, ensemble c'est très bien, l'idée de travail d'équipe. Mais aussi aider les autres parce que j'aime mon prochain. »

« Faire quelque chose dans lequel j'ai une certaine connaissance »

« Parce que je ne veux pas me mettre de limites »

« J'ai l'ambition de participer au changement du monde mais aussi me prouver que je suis capable, car j'ai fait des études sans savoir ce que je voulais faire demain. J'ai envie de faire comme j'ai envie de faire. J'ai fait une alternance où j'ai pas pu exprimer ce que je voulais faire. Donc c'est faire les choses à ma façon, avec ma patte. »

Dans cet extrait, qui a lieu lors du deuxième jour de formation (les jeunes ont ainsi eu le temps de faire connaissance, se découvrir et lier les premières amitiés), le formateur est un entrepreneur « classique » et n'est donc pas un « héros altruiste » : nous pouvons donc faire l'hypothèse que le cadre était donc propice à ce type de déclarations, et il faudrait faire une

¹ Inès Gabarret, Benjamin Vedel « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale » art. cit., p.16

comparaison avec un interlocuteur différent, identifié comme un entrepreneur social pour le vérifier.

Contrairement à ce que l'on pouvait supposer au départ, ce ne sont pas la défense d'une cause sociale qui est citée en premier mais celles autour de la réalisation de soi, de vivre de son propre métier : des motifs traduisant des motivations tournées vers soi contrairement à la figure altruiste que l'on pourrait attendre de ces entrepreneurs, voulant aider les autres, résoudre des défis sociaux, 'changer le monde'. Cela va à l'encontre de l'idée que la motivation première des entrepreneurs sociaux est « leur volonté de contribuer à l'amélioration de l'environnement ou de la société. »¹

Ainsi, pour certains, l'entrepreneuriat correspond à un accomplissement personnel, donnant un sens à leur vie. Cela correspond à l'analyse de E.-M. Hernandez, cité par I. Gabarret et B. Vedele, « dans la société postmoderne, atomisée et individualiste, les individus trouvent de plus en plus dans la création d'entreprise une possibilité de donner du sens à leur vie. »²

Nous verrons que cette quête d'accomplissement personnel dont l'entrepreneuriat apporterait la réponse découle d'une part de l'environnement dans lequel on se trouve, des expériences vécues impliquant une rupture de trajectoire et une remise en cause d'un modèle d'autre part.

¹ Inès Gabarret, Benjamin Vedel « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », art cit., p.16

² Ibid.

A- « Se prouver qu'on est capable » : Etre comme tout le monde dans une 'Start-up Nation'

Comme nous l'avons vu dans l'extrait du carnet d'observation, pour certains, l'une des motivations à entreprendre est la volonté de se « prouver à soi-même qu'on est capable ». Cela reprend l'idée d'une motivation à l'entrepreneuriat pour la réalisation de soi, que l'on retrouve dans la littérature (cf. tableau 2). Mais pourquoi vouloir se prouver qu'on peut le faire ?

Comme dit en introduction, nous sommes dans un contexte actuel faisant la promotion de l'entrepreneuriat : acquérir le statut d'auto-entrepreneur et créer sa micro-entreprise n'a jamais été aussi simple et des solutions simplifiées existent également pour d'autres statut d'entreprise. Par ailleurs, si l'on pouvait penser que l'investissement de départ empêchait d'office l'entrée à l'entrepreneuriat pour une majorité de personnes, les statistiques de l'INSEE montrent que les investissements faits au lancement de l'entreprise sont pour 30% des nouvelles entreprises inférieurs à 2 000€¹, ce qui ne constitue pas une somme exorbitante.

Par ailleurs, des modèles de jeunes entrepreneurs ayant connu des succès fulgurant, comme le fondateur du réseau social Facebook Mark Zuckerberg, ou encore au niveau français Guillaume Guibault, fondateur de la marque Le Slip Français qui vient notamment de signer un contrat avec l'Elysée pour réaliser ses produits dérivés sont très médiatisés. Dans cette société où acquérir le statut d'entrepreneur est plus simple et où de nombreux *role model* de réussite sont mis en avant, nous pouvons supposer que la question 'pourquoi pas moi ?' a plus de chances de se poser, que les personnes ont plus de dispositions pour se la poser.

Même si la volonté de connaître un succès tel que les entreprises que nous venons de citer ne fait pas partie des motivations citées, se prouver à soi-même que l'on peut le faire signifie se prouver qu'on a les compétences, les capacités pour le faire et donc se prouver qu'on est dans la norme attendue dans une « Start-Up Nation ».

Ce sentiment peut être d'autant plus fort lorsque l'on a un proche dans son entourage qui est entrepreneur, le cadre familial étant l'une des principales sources de socialisation.

¹ Damien Richet, Stéphane Thomas, « Les créateurs d'entreprise : moins de chômeurs et des projets plus modestes qu'en 2010 », *INSEE Première*, n°1600, paru le 08/06/2016

C'est le cas d'Arthur, dont le grand frère est un entrepreneur ayant lancé son activité à 25-26 ans, mais aussi le cas de Nabil pour qui le grand frère a aussi entrepris.

En plus du *role model* comme source d'inspiration, nous pouvons ajouter l'idée que cela peut être source de challenge avec dans ces deux cas l'envie de pouvoir faire comme leur grand frère, leur ayant ainsi transmis des dispositions à entreprendre.

Enfin, pour certains, se prouver à soi-même résulte également d'une volonté d'ascension sociale par rapport à la situation de ses parents : et notamment se prouver que les « galères » vécues par les parents ne sont pas vaines. C'est l'un des motifs que nous explique Thomas¹ :

Extrait d'entretien Thomas

Tu fais une petite introspection et c'est là que j'ai découvert que j'entreprenais pour différentes raisons : la première, la liberté, par rapport au temps au départ, après ça se structure mais au début tu travaille quand tu veux. Moi j'aime beaucoup travailler de nuit. Des fois je travaille la nuit, le jour j'hiberne. T'as ça. T'as le fait d'avoir le pouvoir de décision. Je pense être quelqu'un qui dans tout ce que je fais ai été engagé et essayé d'avoir une vision. Du coup c'est le seul moyen d'appliquer le deuxième cas, et enfin, le dernier mais ça c'est beaucoup plus personnel, j'ai 25 ans et à cet âge la mon père est arrivé en France. Je suis franco-tunisien, mon père est arrivé de Tunisie à l'âge de 25 ans, la galère parce qu'il est arrivé au départ sans papier, après trouver un travail, trouver de quoi faire ses papiers et tout ça, et donc c'est de lui dire 'bon papa, t'as eu raison de venir en France, voilà la mobilité sociale'. Je veux dire il est arrivé à 25 ans, à 27 ans il a eu un CAP serrurier-soudeur, il en a chié toute sa vie, et lui dire t'as bien fait, t'es arrivé en France dans le rêve d'une vie meilleure, bah je vais aussi essayer d'apporter ma touche dans ton rêve à toi.

Ici, cela signifie au préalable d'identifier l'entrepreneuriat comme une carrière professionnelle intéressante, et l'on retrouve le côté symbolique du fait que son père soit arrivé en France à 25 ans, ce qui est l'âge actuel de Thomas.

On retrouve dans cet extrait d'entretien et dans l'extrait du carnet d'observation également une quête de liberté : « la liberté, par rapport au temps au départ », « je ne veux pas me mettre de limites » ou encore « J'ai envie de faire comme j'ai envie de faire. J'ai fait une alternance où j'ai pas pu exprimer ce que je voulais faire. »

¹ Tous les prénoms ont été modifiés afin de préserver l'anonymat des enquêtés

Cette quête de liberté, ainsi que la volonté de monter un projet à soi, se fait par rapport à une ou des expérience(s) professionnelle(s) ou scolaire(s) déplaisante(s) et ayant entraîné une rupture dans la trajectoire des enquêtés.

B- « Plus jamais je ne travaillerais pour quelqu'un » : Quête de liberté et rejet du salariat

La quasi totalité des enquêtés (6 sur 7) m'ont dit avoir eu dans leur parcours une mauvaise expérience les ayant amené à remettre en question leur avenir et eux-mêmes, les ayant amené à se poser la question du sens de leurs actions, enfin, leur ayant fait prendre conscience que le modèle dans lequel ils étaient inscrits ne leur convenait pas.

Du fait de leur âge, ces mauvaises expériences professionnelles se sont surtout passées lors de stages. C'est par exemple le cas de Samantha lorsqu'elle dit « j'ai fait une alternance où je n'ai pas pu exprimer ce que je voulais faire ». Ces expériences remettant en question leurs croyances (et espérances) autour du monde du travail amènent à un questionnement de soi et de son orientation parfois vécu pour eux de manière douloureuse, conduisant pour certains à un rejet du salariat. Les deux extraits d'entretiens suivants permettent d'illustrer notre propos¹ :

Extrait d'entretien Thomas

D'ou t'es venu cette idée d'entreprendre ?

Bah en fait, on va y revenir mais mon expérience dans la fédé s'est très mal terminée, j'ai claqué la porte en disant fuck au DAF. Mais un véritable fuck ! Je lui ai montré le doigt, en pleine réunion. (...) et là je dis « c'est mort, plus jamais je travaille pour quelqu'un ». Et en fait c'est là que je me suis découvert. Pendant longtemps j'ai pensé que ma place au sein d'une organisation était celle de numéro 2. Parce que jusque là j'ai toujours été numéro 2, même si je demandais à être président de l'asso humanitaire. Je me suis toujours retrouvé numéro 2 mais pas le premier exposé. Et là j'ai dit « c'est mort », parce que quand tu t'es pas exposé, quand t'es pas le numéro 1, quand t'as des décisions comme ça à prendre, bah on te crois pas, t'es personne, voilà. Donc j'ai dit c'est mort, plus jamais je travaille pour quelqu'un.

Extrait d'entretien François :

Dans ton premier stage, qu'est-ce qui ne t'as pas plu ?

Je pense que je me faisais beaucoup d'idées, en fait quand tu es en étude, t'as des images du boulot qui ne sont pas la réalité. Tu t'imagines le marketing c'est stylé, tu vois les pubs, tu te dis « ouais, c'est pas mal », tu veux faire ça. « Je veux être directeur d'une marque, faire réussir une marque », et en fait tu ne te poses pas du tout de question sur le sens que ça donne à ta vie d'être directeur de Coca-Cola, de vendre des bouteilles en plastique. Et du coup, effectivement, moi ça me passionnait le côté stratégie et tout, et j'ai trouvé un stage, et je suis parti vivre à Poitiers 6 mois parce que je voulais quitter Paris un peu, et c'était un stage à Chavroux, c'est du chèvre frais, et j'étais assistant chef de produit. Et il s'avère que ma manager avait 25 ans, elle était assez jeune. Et elle était pas du tout pédagogue, pas du tout manager, très stressée et moi je suis de nature stressé

¹ Nous citons ici deux hommes, mais les filles ont également vécu des expériences professionnelles négatives

donc ça n'aidait pas. Et du coup les deux premiers mois se sont très bien passés et arrivé l'hiver à Poitiers, je me suis fait engueulé par ma boss sans raison, enfin pour moi c'était vraiment sans raison, je ne comprenais pas pourquoi tout d'un coup, je me faisais engueuler au moindre truc que je faisais, je me faisais critiquer sur chacun des trucs que je faisais, elle disait que j'étais pas assez investi alors que j'avais l'impression que si. Et en fait avec le recul je me rends compte que si, je ne devais pas être assez investi mais parce que ça ne me plaisait pas. Mais en fait je me suis rendu compte que faire des packaging, j'en avais rien à cirer. Que dans ce qu'on faisait, on cherchait à vendre le plus possible et il n'y avait pas d'autre objectif et que effectivement ce métier ne me plaisait pas du tout, et en plus ma manager était horrible et j'ai perdu toute confiance en moi pendant ces 6 mois de stage parce que je me suis senti nul, j'avais l'impression que je ne savais rien faire, mais en fait non, c'est juste que c'était pas du tout ma voie. J'ai rien contre l'agro-alimentaire même s'il y a beaucoup de défaut, enfin j'ai rien, si, il y a beaucoup de marques qui font n'importe quoi mais effectivement ça m'a déplu parce que ma manager, parce que ça ne me plaisait pas. Maintenant avec le recul je me rends compte que ça a été les prémices du chemin que je suis entrain de mener aujourd'hui. Ça a vraiment été le déclencheur d'être là-bas, d'être déprimé, d'être limite dépressif, de me dire qu'est-ce que je fous là-dedans et de ne pas savoir quoi faire. Et c'est vrai que dans ces moments là, on a l'impression de se noyer, il y en a qui paniquent, d'autres non, moi j'ai plutôt paniqué. Mais je ne savais pas exactement du coup ce que je voulais faire.

[Me dit qu'il a fait un deuxième stage en direction commerciale]

Direction commerciale ?

C'était mon deuxième stage de l'année de césure, et j'ai décidé de faire autre chose que du marketing, j'ai décidé de faire de la direction commerciale, parce que effectivement j'avais toujours en tête que je ne m'étais pas lancé dans le marketing pour rien, qu'il fallait que je continue là-dedans, que peut-être qu'il fallait que je me donne d'autres chances, que c'était à cause de ma manager, que c'était parce que j'étais seul à Poitiers. Je m'étais trouvé un peu des excuses qui font que je suis resté là dedans, et pas du tout, à aucun moment, si en fait je pense qu'à un moment j'ai du me dire « putain, je suis nul à chier, pourquoi je fais ce boulot ? » mais en fait, t'es tellement pris dans ton truc que tu ne peux pas te dire que t'as fait une erreur. T'as pas le courage de te le dire ou peut-être que tu te cache, et du coup j'ai essayé d'autres trucs et comme j'aimais bien être en direction commerciale, il y avait une bonne ambiance, je m'entendais super bien avec ma manager, j'étais très bon parce que je me débrouille bien dans tout ce qui est stat, les chiffres, j'étais très bon dans ce que je faisais, les horaires étaient pépères, il y avait un babyfoot etc. mais c'était un pansement quoi. C'était qu'une accalmie dans le marasme du sens que je cherchais.

Dans ces deux extraits d'entretien, des mauvaises expériences avec la hiérarchie se sont passées.

L'une des premières expérience de Thomas s'est en effet mal terminée : témoin de pratiques douteuses au sein de son établissement, pratiques qu'il a voulu dénoncer, sa voix n'a pas été prise en compte et selon lui tout a été fait pour l'évincer. De cette expérience a découlé un rejet total du salariat, « plus jamais je ne travaille pour quelqu'un ». Quant à François, sa

première mauvaise expérience a été due à sa manager qui le réprimandait souvent, aboutissant notamment à une perte de confiance de sa part et à une remise en question de son orientation. Dans la littérature, l'insatisfaction au travail, notamment celle due aux relations hiérarchiques, a été depuis longtemps identifiée comme des motivations qui poussent à l'entrepreneuriat.

Selon R. Brockhaus, cité par I. Gabarret et B. Vedel, « la décision de créer une nouvelle activité, au lieu de chercher un poste, est liée à l'intensité de l'insatisfaction. (...) il est possible que des entrepreneurs auraient été si peu satisfaits avec l'emploi précédent, qu'ils auraient considéré peu probable de trouver un emploi satisfaisant dans une autre organisation. »¹.

A. Trindade-Chadeau montre d'ailleurs, dans une enquête auprès de jeunes entrepreneurs, que l'insatisfaction au travail vient avant tout de relations hiérarchiques :

« Dans plusieurs entretiens la relation de subordination est qualifiée de problématique, même lorsqu'il n'y a pas de tensions assumées. Elle est dès lors décrite tantôt comme stérile, tantôt comme dévalorisante. Le supérieur hiérarchique apparaît comme celui qui infantilise, qui limite la mission, qui minimise l'importance de l'action entreprise, qui manque d'une vision plus globale quant aux compétences réelles du professionnel dépassant celles attestées par un quelconque diplôme. Du jeune le moins qualifié au plus qualifié d'entre eux, ils placent tous les relations hiérarchiques au cœur de questionnements identitaires forts. »²

Les deux extraits d'entretien rentrent dans ce cadre et l'on voit bien qu'au delà de l'insatisfaction due aux relations hiérarchiques, cela provoque des questionnements identitaires sur ses compétences et son orientation comme pour François « j'ai perdu toute confiance en moi pendant ces six mois de stage parce que je me suis senti nul, j'avais l'impression que je ne savais rien faire », « dans ces moments là, on a l'impression de se noyer, il y en a qui paniquent, d'autres non, moi j'ai plutôt paniqué. Mais je ne savais pas

¹ Brockhaus R. (1980), "The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business", *Journal of Small Business Management*, Vol. 18, p. 37-43., cité par Inès Gabarret, Benjamin Vedel dans « Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale », art. cit., p.15

² Angélica Trindade-Chadeau, « Les motivations à entreprendre. Qu'est-ce qui, dans la confrontation au monde du travail, pousse les jeunes à s'imaginer entrepreneurs ? », *Cahiers de l'action* 2014/1 (N° 41), p. 33-41, p. 34.

exactement du coup ce que je voulais faire. » ou alors sur la position que l'on veut occuper dans une organisation pour Thomas, « Pendant longtemps j'ai pensé que ma place au sein d'une organisation était celle de n.2 (...) et là j'ai dit c'est mort. »

Mais la remise en question identitaire n'aboutit pas immédiatement à la rupture de trajectoire dans laquelle ils s'inscrivaient. En effet, malgré sa grande insatisfaction et sa remise en question identitaire, François est pourtant resté un moment dans le domaine du marketing : il n'explique pas cela par la question de l'insatisfaction mais par celle du choix d'orientation. Car dans le cas de François (son stage étant pendant une année de césure) et des jeunes encore en études, c'est toute la question de l'orientation scolaire que cette confrontation avec le monde du travail entraîne. D'autant plus quand cette orientation résulte d'un choix qui lui a été possible de faire : ici, François était major de sa promotion en licence de Gestion. Il aurait ainsi pu intégrer n'importe quel master de sa faculté mais a fait le choix du marketing. C'est alors ce qui peut expliquer toute son angoisse et renforcer le fait qu'il ait eu du mal à admettre une possible erreur d'orientation (« tu ne peux pas te dire que tu as fait une erreur »). Nous pouvons en effet supposer que la nature de l'angoisse serait différente pour une personne dont l'orientation aurait été imposée.

Ainsi, l'idée de devoir se réorienter, de ne pas suivre sa trajectoire initiale constitue quelque chose de difficile à assumer pour soi, mais aussi à assumer auprès de ses proches.

Extrait d'entretien – Lisa

La suite logique, quand tu fais un master en archéologie, c'est de faire une thèse, parce que après sinon tu n'as pas ta place dans le domaine de la recherche. Et c'est ça qui est vilain, t'as un master en archéo, t'as pas de légitimité, il faut que tu fasses une thèse, que t'écris, que tu publies et tout ça. Donc oui, dans ma tête, j'allais faire la suite logique des choses. Et tout le monde te pousse à ça. Et ce que je disais la fois dernière, j'étais à la société de prospective pour parler du service civique, et notamment de mon parcours, c'est que finalement, quand t'arrives comme ça à la fin d'un master de recherche en archéologie dans un domaine aussi pointu, **la double peine** finalement, c'est 1 de te rendre compte que la thèse n'est pas forcément faite pour toi et de te heurter à un mur de « mon Dieu qu'est-ce que je vais faire ? » et te heurter aussi à l'incompréhension totale des gens qui se disent « mais mon Dieu, elle est brillante, elle a fait un parcours brillant etc. elle doit continuer là dedans ». Donc c'est vraiment la double peine quoi.

Ces remarques, c'était de la part de qui ?

De ma famille. Qui déjà n'avait pas compris pourquoi je disais merdre à l'école du Louvre, qui me disait « mais Lisa, c'est prestigieux l'école du Louvre », oui mais ça ne me convient pas. « Oui mais c'est génial sur le CV », oui mais ça ne me convient pas.

Déjà ça, et le master « ah mais Lisa, fais une thèse, c'est que qu'il faut faire ». C'est ce qu'il faut faire.

Lisa montre bien ce qu'elle appelle la « double peine », c'est-à-dire ne pas savoir ce qu'elle veut faire d'une part et donc être soumise à des questionnements identitaires en terme d'orientation, et être confrontée à l'incompréhension de ses proches d'autre part. Il s'agit ici d'une situation qui peut être jugée délicate, certes, mais qui pourtant n'a pas empêché Lisa d'abandonner l'idée de poursuivre de thèse. Pourquoi ? Nous pouvons supposer que l'identité subjective que l'on se donne et à laquelle on aspire l'a emporté sur l'identité à laquelle les autres nous perçoivent. Car ce qui semble se jouer ici pour ces jeunes, c'est le choix entre poursuivre leur trajectoire d'origine au risque de ne pas aimer son travail et de se sentir « enfermé » à l'instar de la mauvaise expérience professionnelle vécue et/ou des exemples de l'entourage, et trouver la liberté et l'épanouissement au travers d'un projet à soi qui nous corresponde, faisant de l'expérience vécue « un argument d'autopersuasion dans la recherche d'une autre situation »¹, autre situation correspondant à l'entrepreneuriat.

Extrait d'entretien - Marie

Elle [sa sœur] se lève le matin, ça la fait chier parce qu'elle doit aller au boulot, elle est au boulot elle a qu'une hâte, c'est que la journée se finisse, que la semaine se finisse, que les vacances arrivent. Et c'est un peu pareil pour les générations d'avant, enfin mes parents, les parents de manière générale, ouais les générations d'avant c'était ça, enfin ils ont trouvé un travail, ça fait 20 ans qu'ils sont dans la même boîte. Il y en a qui s'épanouissent, là je parle de mes parents, qui aiment beaucoup ce qu'ils font, mais après il y a d'autres personnes où quand tu les vois bah en fait leur boulot ne leur plaît pas du tout et je trouve ça hyper triste en fait. Et je me suis dit tout le monde me pousse à faire des études pour avoir un métier, pour avoir une stabilité financière, mais enfin moi je ne peux pas me résoudre à me trouver un taff où je vais m'ennuyer toute ma vie et attendre la retraite pour enfin voyager, faire des trucs qui me plaisent.

Extrait d'entretien – Nabil

Mon grand frère il était ingénieur chez Airbus, et puis en fait il a arrêté. Au final c'est important parce que lui aussi, il pensait qu'il voulait faire ça depuis toujours, et en fait il a suivi le parcours typique de l'excellent élève qui réalise ses rêves. Et en fait il s'est rendu compte quand il a réalisé son rêve que c'était pas ce qu'il voulait. Parce que il ne s'épanouissait pas assez dans son travail, on lui donnait des missions qui n'étaient pas... il y avait je pense surtout un manque de reconnaissance. Il est très très bon, très très intelligent, et il avait l'impression qu'il n'était pas assez reconnu pour sa valeur. Donc là

¹ Angélica Trindade-Chadeau, « Les motivations à entreprendre. Qu'est-ce qui, dans la confrontation au monde du travail, pousse les jeunes à s'imaginer entrepreneurs ? », art. cit., p.35

il a mis son contrat en pause et il a décidé de se lancer dans sa propre aventure d'entreprise.

Ici, on constate une vision dichotomique, avec le fait de se trouver un métier dans lequel on y ferait toute sa carrière au risque de ne pas s'y plaire et ne pas s'y épanouir d'un côté, et le fait de créer sa propre activité pour être sûr de faire quelque chose qui nous corresponde de l'autre. C'est à partir des mauvaises expériences professionnelles de leurs proches que cette vision s'est construite et qu'ainsi le choix d'entreprendre est devenu presque comme une évidence (d'autant plus pour Marie que son petit-ami est lui-même entrepreneur).

La question du gain économique n'est pas mentionné dans cette vision et de fait, la richesse et les perspectives de croissance ne sont pas les objectifs premiers de ces jeunes, du moins, ce n'est pas ce qui apparaît dans leurs motifs à entreprendre¹ : il s'agit plutôt de faire correspondre son activité au mode de vie auquel on aspire, ce qui est appelé dans la littérature sur l'entrepreneuriat l'*entrepreneur lifestyle* .

L'entrepreneur 'lifestyle' est en effet défini comme étant « individu qui élabore une stratégie de vie en créant sa propre entreprise, lui permettant d'être en conformité avec ses valeurs personnelles et de se réaliser à travers une activité qu'il affectionne ou qui présente un sens à ses yeux, et qui lui octroie les fonds nécessaires à la réalisation de son projet de vie. »²

L'entrepreneuriat apparaît alors comme la réponse aux questionnements identitaires et à la quête de sens induits par des expériences ou croyance du monde du travail, permettant la réalisation de soi.

Mais cette identification n'explique pas pourquoi ils ont fait le choix de le faire maintenant. Pourquoi par exemple ne pas avoir attendu d'avoir une période salariée conséquente avec pour but de partir entreprendre par la suite ? Pourquoi le faire jeune ?

¹ Pour rappel, je suis perçue par les enquêtés comme étant moi-même une entrepreneure sociale : l'absence du motif autour du fait de gagner plus d'argent peut alors également être interprété comme le fait que cela soit un sujet tabou auprès des pairs et autres acteurs de l'entrepreneuriat social.

² Marie Gomez-Breysse, L'entrepreneur « lifestyle », Revue de l'Entrepreneuriat 2016/3 (Vol. 15), p. 231-256, p. 236

C- « C'est le moment ou jamais de le faire » : Vouloir entreprendre en étant jeune

La mauvaise première expérience professionnelle ou la vision que l'on a du salariat classique, combiné à l'envie de se prouver qu'on est capable ne peuvent expliquer à eux seuls l'envie d'entreprendre en étant jeune. En effet, la particularité du public auquel s'intéresse ce mémoire est un public jeune, en début de carrière ou encore en étude avec notamment le développement du statut d'étudiant entrepreneur¹. Pourquoi entreprendre quand on est jeune ?

Marie – Session motivations et freins – BootCamp MakeSense

Quand j'ai dit à ma mère que j'allais monter mon projet, c'était la catastrophe ! « Comment tu vas faire ?! ». La société elle a évolué, maintenant les gens qui ont 30 ans ils ont fait vachement plus de choses. Pour ma mère c'est d'abord tu te stabilises, t'as un métier etc. et après tu fais ce que tu veux. C'est pas l'inverse.

L'entrepreneuriat est vu comme une prise de risque contrairement à la sécurité que peut offrir un emploi, une situation instable. C'est également ce que révèlent J.-F. Barthe *et al.* dans leur enquête sur les fondateurs de start-up en France, fondateurs qui sont « unanimes à considérer qu'il n'est pas facile de créer une entreprise et que le salariat est de loin une situation plus sûre. S'engager dans la création d'une entreprise est donc perçu comme une activité plus risquée et plutôt moins rémunératrice que le salariat. »²

S'assurer d'avoir une stabilité financière grâce à une période passée dans le salariat avant de se lancer peut alors sembler le plus logique. C'est d'ailleurs ce qu'ont fait certains entrepreneurs, les plus âgés de notre échantillon.

Pour les autres qui ont très peu voire pas encore d'expérience professionnelle, il faut considérer que selon eux, le fait d'avoir de multiples expériences et d'avoir pris des risques en étant jeune est quelque chose de valorisé dans la société, contrairement à avant comme l'exprime Marie dans l'extrait « la société elle a évolué, maintenant les gens qui ont 30 ans ils ont fait vachement plus de choses ». Ainsi, pour eux, prendre le risque d'entreprendre quand on est jeune, avec les difficultés financières que cela implique, est alors considéré comme une

¹ Statut permettant aux étudiants d'être formés et de consacrer du temps sur leur projet pendant leur cursus scolaire. Les formations et les temps passés au développement du projet permettent de valider des unités de cours. Pour en savoir plus : <http://www.etudiant.gouv.fr/pid34459/le-statut-national-d-etudiant-e-entrepreneur-e.html>

² Jean-François Barthe *et al.*, « Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France », *Revue de l'Entrepreneuriat* 2016/3 (Vol. 15), p. 163-180, p. 169

expérience que l'on pourra valoriser dans le cas d'un retour au salariat, que l'entreprise réussisse ou non.

Cette valorisation de l'entrepreneuriat (et notamment de l'entrepreneuriat social) chez les jeunes est d'ailleurs source de suspicions pour Nina qui considère qu'il y a potentiellement une manipulation politique au niveau des chiffres du chômage.

Extrait d'entretien - Nina

J'ai une peur quand je vois qu'il y a autant de programmes qui soutiennent l'entrepreneuriat social, qui nous font aller voir de ce côté là et tout, et je me dis pourquoi ? Je vois Macron derrière entrain de se dire « ça va les occuper 5 ans, pendant ce temps là on voit qu'il n'y a pas trop de chômage » et dans 5 ans on se dit « merde, je fais quoi ? »

Car on peut en effet se demander à qui profite cette valorisation du modèle du jeune expérimentant plusieurs choses, dans un contexte avec un taux de chômage chez les jeunes élevé ainsi qu'une hausse des contrats à durée limitée comme les CDD et l'intérim¹. Nous pouvons alors seulement dans le cadre de ce mémoire émettre l'hypothèse d'une adaptation du modèle valorisé par rapport aux contraintes du marché.

Ceci étant dit, il est important de noter que le choix d'entreprendre maintenant pour ces jeunes résulte également du fait de ne pas encore avoir d'enfants (sur les 50 entrepreneurs rencontrés, seules deux ont un enfant²) et du fait qu'ils aient identifié une opportunité de marché.

Extrait d'entretien - Thomas :

Et donc j'ai fait ça jusqu'à la fin de mon master. Et à la fin de mon master, on m'a proposé différents taffs dans différentes boîtes et j'ai tout refusé pour monter répondons. J'ai pas fait le choix d'avoir une expérience avant, je me suis dit que là il y avait un filon, il fallait y aller. C'était le moment, une opportunité à saisir.

(...)

Après je sais que j'ai pas fait un choix d'entrepreneuriat des plus simples. Il y en a plein qui m'ont dit « Thomas, travaille chez un tel ou un tel », ceux qui m'avaient proposé des CDD ou des CDI à la sortie, « fais ton expérience au sein de ces boîtes », ouais mais ça m'intéresse pas, enfin ça m'intéresse parce que c'est vendre, mais le cœur ça m'intéresse

¹ Les 20-29 ans représentent 40% des intérimaires en 2015 d'après les données de la DARES : <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/dares-etudes-et-statistiques/statistiques-de-a-a-z/article/l-emploi-interimaire>

² N'ayant pas pu les interviewer pour ce mémoire, nous ne pourrions pas aller plus loin dans l'étude de ces 'exceptions', mais nous pouvons émettre l'hypothèse d'un soutien important leur permettant de prendre ces risques : la première est en effet mariée et le père s'occupait de leur enfant lorsqu'elle est venue en formation. La seconde est mère célibataire et c'est une amie qui gardait sa fille pendant la formation : elle a ainsi du mobiliser des ressources de son réseau pour assurer la garde de son enfant. L'étude des jeunes mères entrepreneures nécessiterait une étude à part entière.

moins. « oui mais au moins tu te feras de l'argent que tu pourras utiliser », oui mais moi j'avais besoin d'y aller maintenant. J'ai pas fait un choix simple, et ça j'en suis conscient, ce qui amène des sacrifices et certaines contraintes quoi. Moi je voulais y aller maintenant, c'était now ! Ah ouais !

Pourquoi ?

Je ne sais pas (rires). Pour moi c'était le meilleur moment. Il y en a plein qui vont te dire c'est le pire. Mais pour moi c'est le meilleur parce que là, je t'ai dit, t'a l'opportunité parce que tu as de plus en plus de boîtes qui utilisent ce concept la, donc je me suis dit 'ouais, il ne faut pas qu'il y en ait un qui me le choppe avant', t'as aussi le fait que t'es un peu dans la fougue de la jeunesse. Là j'ai de l'énergie, si j veux monter ma boîte, je pense que c'est maintenant et pas plus tard pare que je suis un peu de ce style la. Et en allant te rejoindre à la Défense, j'ai croisé un ancien de mon école. Il me dit qu'il est consultant pour une boîte et quand il me demande ce que je deviens je lui dit que je travaille de chez moi sur mon projet. Il me dit « ah pour répondons », je lui dit « ouais », et il me fait « t'as de la chance de travailler de chez toi », je lui ai dit que non, c'était pas de la chance mais un choix. Toi t'as fait le choix d'avoir un gros salaire, pas moi. J'ai fait le choix d'avoir la liberté de vie. Voilà. Profiter la quand t'es jeune de pouvoir moduler tes horaires c'est génial.

C'est ce que l'on retrouve dans cet extrait d'entretien. Nous pouvons analyser le terme employé de « fougue de la jeunesse » comme rejoignant l'idée de l'expérimentation et de l'erreur qui seraient acceptables et valorisées quand on est jeune. François dit d'ailleurs « J'ai 25 ans, j'ai rien à perdre ».

C'est aussi pour Thomas l'idée que l'on a de l'« énergie » quand on est jeune pour se lancer dans ce type d'expérience professionnelle et que l'on peut travailler à n'importe quelle heure : nous pouvons connecter cette idée d'énergie des jeunes au fait qu'il n'y ait pas encore pour eux de vie de famille avec des enfants à charge.

Par ailleurs, il évoque une opportunité à saisir expliquant le fait qu'il veuille entreprendre maintenant et pas plus tard : c'est l'idée de « l'activité entrepreneuriale comme la découverte d'opportunité de profits que les autres individus n'avaient pas découvertes avant lui »¹ de Kirzner repris par S. Boutillier, avec ici le profit comme étant au service de son mode de vie (entrepreneur *lyfestyle*) et d'une cause sociale.

Les entrepreneurs sociaux sont tous passés par le pôle 'choix d'entreprendre', que celle-ci se soit faite au départ ou non. Ce choix résulte de différentes motivations qui sont elles-

¹ Sophie Boutillier, « Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? », *Marché et organisations* 2010/1 (N° 11), p. 107-125, p.110

mêmes la conséquence de plusieurs situations et socialisations : le contexte socio-politique et le modèle de société promu, l'entourage, les premières expériences professionnelles, la situation personnelle, l'opportunité de marché.

Ces situations ont entraîné des remises en question de soi et de son identité mais aussi de la trajectoire initiale dans laquelle ils s'inscrivaient. Elles ont aussi mis en exergue certaines représentations ancrées comme celle du salariat « classique » et de l'« après-jeunesse ».

Vouloir entreprendre est donc loin d'être naturel ou émaner d'une personnalité qui serait plus téméraire que les autres, mais est bien le fait de processus sociaux qui par la suite favorisent l'identification au terme d'entrepreneuriat social.

Mais l'entrepreneuriat social étant « des entreprises à finalité sociale, sociétale ou environnementale »¹ apparaît également à un moment du parcours l'identification d'une cause à défendre, d'un manque à pallier pour l'intérêt général, cause qui sera au cœur de l'entreprise. Comme dit en introduction de ce chapitre et comme montré dans la première partie, la cause défendue n'est pas toujours la première motivation de l'entrepreneur social. Celle-ci constitue néanmoins un élément fondamental dans le cheminement jusqu'à l'idée de projet d'entreprise sociale.

¹ <https://www.avise.org/decouvrir/entrepreneuriat-social>

II - « J'ai dit non à ce problème social ! » : vouloir s'engager pour une cause sociale

Ils disent non « au mal être engendré par l'exclusion et l'isolement », « à l'abandon animal et à l'exclusion sociale », « à une agriculture et une alimentation non durable », « à la surconsommation de la mode textile dans le monde », « au fait de fermer les yeux sur l'extrême pauvreté à Madagascar et au néocolonialisme »¹.

Dans la définition que nous avons donné des entrepreneurs sociaux, la résolution d'un problème social est au cœur du projet.

Dans le cadre de notre enquête, les causes étaient diverses et variées : permettre l'accès à la culture, l'autonomisation des femmes victimes de violences, la mobilité des personnes en situation de handicap, la réinsertion de personnes marginalisées etc.²

Or, avoir identifié un problème social d'une part, et passer à l'action en s'engageant d'autre part, sont loin d'être anodins et résultent là aussi de processus sociaux faisant parti de la *carrière* de l'entrepreneur social.

En effet, comme le dit L. Mathieu dans son article *Les ressorts sociaux de l'indignation militante* dont nous nous inspirons grandement pour cette partie, « tout n'est pas motif d'indignation pour tout le monde »³ et tout ceux qui ont un motif d'indignation ne passent pas forcément à l'action, « une indignation pourtant vivement ressentie peut restée silencieuse ou isolée »⁴.

Pour comprendre ces deux éléments et ne pas basculer dans la seule interprétation émotionnelle, il faut considérer que les individus ont des « dispositions à appréhender tel phénomène comme scandaleux et redevable d'un engagement »⁵, ainsi que les éléments

¹ Le slogan 2018 de Live for Good est « L'avenir appartient à ceux qui disent non ». Il a été demandé aux participants d'exprimer ce à quoi ils disaient « non » en tout début de séminaire, un par un, afin de se présenter. Ici quelques exemples de réponses.

² Voir en annexe pour les détails

³ Lilian Mathieu, « Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *Sociologie* 2010/3 (Vol. 1), p. 303-318, p.305

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

permettant l'activation de ces dispositions, à savoir « des compétences nécessaires au passage de l'indignation individuelle au ralliement à une protestation collective »¹.

Sur ce dernier point néanmoins, contrairement à l'article de L. Mathieu, les jeunes auxquels nous nous intéressons n'ont pas rallié une protestation collective mais se sont engagés de manière individuelle par le biais de l'entrepreneuriat. Ils n'ont donc pas fait le choix de rejoindre une organisation 'classique' comme des ONG, des associations, des syndicats ou encore des partis politiques.

Cette partie sera ainsi dans un premier temps consacrée à l'analyse des dispositions des enquêtés à l'identification d'une problématique sociale, puis dans un second temps à l'activation de ces dispositions. Enfin, nous nous demanderons pourquoi dans le cadre des entrepreneurs sociaux le passage à l'action suite à l'indignation ne s'est pas fait dans le cadre d'une mobilisation 'classique'.

¹ Ibid.

A- Des dispositions à l'engagement : quelles socialisations ?

L'entrepreneur social met sa cause et l'impact au cœur de son activité. Quelque soit le scénario-type auquel il appartient, il y a à un moment l'identification et le choix d'une cause qui sera par la suite portée par l'entreprise. Mais qu'est-ce qui fait qu'une cause sociale nous indigne et nous donne envie d'agir dessus ? Pourquoi cette cause plutôt qu'une autre ?

L'étude des socialisations de ces jeunes met en exergue les dispositions accumulées permettant l'indignation face à une cause et l'envie de passer à l'acte. La socialisation politique a en effet depuis longtemps été « un axe majeur de la sociologie politique française »¹, mais elle s'est surtout « concentrée sur les comportements ou préférences les plus généraux, tels que le vote ou le placement sur un axe droite-gauche, et a moins abordé la manière dont la socialisation contribue à expliquer des engagements pour des causes aux enjeux circonscrits »².

Tout comme L. Mathieu, c'est sur cette deuxième approche que nous nous situons.

La famille :

Tout d'abord, il est important de souligner le rôle de la famille, dont l'effet sur la politisation des individus a été démontré depuis longtemps en sociologie politique, en terme de préférences électorales.

Dans le cas de nos enquêtés, lorsqu'on leur demande si les parents sont engagés dans certaines actions, trois sur sept me répondent que oui. C'est le cas de Thomas dont la mère s'engage tous les ans pour le Téléthon auprès des associations. C'est aussi celui de Nina et Talia, dont la mère est au conseil municipal de leur ville et de Lisa qui, même si elle l'évoque très furtivement, a une mère intermittente du spectacle qui agit parfois pour les droits de cette profession.

¹ Lilian Mathieu, « Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *art. cit.*, p.305

² Ibid.

Au delà des parents, il y a aussi les proches, frères et sœurs, conjoints, qui peuvent aussi exercer une influence : c'est le cas par exemple de François, dont la compagne est très engagée :

Entretien François

Elle [ma copine] elle est très portée par le social, elle a bossé pour des asso, elle a fait un service civique pour aider les alcooliques qui vivent dans la rue, et moi elle m'a impressionné, c'est vrai qu'elle a le cœur sur la main et qu'elle est très tournée vers les autres. (...) Je pense que si je ne l'avais pas rencontrée je serai peut-être encore en marketing. De voir quelqu'un faire, quelqu'un qui donne l'exemple, ça t'aide aussi à trouver ta voie.

Par ailleurs, le grand frère de François « donne beaucoup à des associations, c'est un catholique assez croyant » et le grand-père, également croyant, qui s'est engagé dans l'armée.

Le religieux a ainsi également son importance dans la socialisation et les dispositions à s'engager. « Une socialisation chrétienne est favorable à l'intériorisation de dispositions altruistes, susceptibles de s'exprimer en défense de groupes vulnérables ou ostracisés conçus comme autant de figures christiques, et on sait que certaines manières de se vivre comme catholique viennent nourrir les engagements militants. »¹

Même si François ne se dit pas aussi pratiquant que son frère, sa socialisation religieuse qui passe notamment par son grand frère, amène des dispositions à l'indignation et donc à l'engagement. Il est par ailleurs intéressant de noter que le projet de François porte sur l'artisanat français dont les emplois et le savoir-faire disparaissent, ce qui peut rejoindre l'idée de défense d'un groupe jugé « vulnérable ».

Nous pouvons également considérer que le fait d'avoir au moins un parent immigré peut également apporter des dispositions à l'indignation. Parmi nos interviewés, Nabil et Thomas sont enfants d'au moins un parent immigré d'Afrique du Nord. L'un mentionne l'arrivée de son père en France dans des conditions difficiles, sa lutte pour s'en sortir ayant permis selon Thomas d'être là où il est aujourd'hui. L'autre mentionne sa famille « au bled » chez qui il se rendait parfois, pendant les vacances scolaires, constatant le contraste des conditions de vie.

¹ Lilian Mathieu, « Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *art cit.*, p.308

Il est néanmoins important de préciser qu'il n'y a pas toujours reproduction exacte des engagements et opinions des parents et proches. En effet, « ainsi que le souligne Bernard Lahire, on n'hérite pas de dispositions sociales comme on hérite d'un patrimoine matériel, car ce qui est transmis subit des distorsions, adaptations et réinterprétations au cours de la transmission. »¹. L. Mathieu constate en effet que pour plusieurs de ses interviewés, l'engagement s'est fait contre ceux des parents.

C'est aussi le cas d'une de nos enquêtées, Marie, qui va à l'encontre de la position « défaitiste » de ses parents :

Extrait entretien – Marie

Mais je pense aussi que le fait que j'ai jamais eu d'engagement vraiment c'est parce que j'ai toujours rêvé d'un monde meilleur, où je disais à mes parents « oh mais c'est pas juste qu'il y ait des gens qui dorment dehors » et tout ça, sauf qu'on me répondait « oui mais c'est comme ça en même temps et t'y changera rien », et du coup je pense que j'ai intégré ça, « Marie, calme toi, c'est pas parce que ça te révolte que tu pourras y faire quelque chose », enfin il ne faut pas rêver quoi. Et en définitive aujourd'hui je suis convaincue du contraire. Et je pense que dans le fait que j'assumais pas le fait que je voulais entreprendre, c'est aussi parce que on me disait que je changerai rien alors que là je voulais faire un projet qui justement avait pour but de faire changer les choses fondamentalement, même si j'en suis qu'au début, j'ai envie de faire un truc grand avec un super impact, et c'était un peu aussi aller contre, enfin défaire ce qu'on m'avait un peu inculqué et essayer de passer outre ce sentiment que j'étais complètement impuissante.

Son engagement s'est ainsi construit en partie en allant à l'encontre des opinions de ses parents, car ayant été confrontée à d'autres sources de socialisation, cela a créé des distorsions de cet héritage familial. Le fait d'être à l'encontre des opinions de ses parents est d'ailleurs également une source de motivation pour la cause qu'elle défend et de sens pour elle dans la définition de son identité.

La socialisation par la famille et le cercle proche apporte ainsi des dispositions à l'indignation, même si les opinions ne vont pas dans le sens de ses parents. Mais elle n'est pas la seule institution socialisatrice à prendre en compte pour comprendre ces dispositions.

¹ Ibid., p.306

Les autres instances de socialisation

Il est en effet également important de prendre en considération les autres instances de socialisation présentes dans la trajectoire de l'individu et ayant abouti à la cause défendue par l'entreprise sociale.

Certains en effet étaient déjà très engagés avant de vouloir monter leur entreprise sociale : Lisa allait manifester tous les mercredis pour le droit des sans-papiers, Stéphane était engagé auprès des Resto du Cœur avant de rejoindre l'association humanitaire de son école d'ingénieur, Nabil était engagé auprès d'associations en parallèle de ses études et est réserviste de l'armée de l'air etc. Ils ont alors un parcours militant leur permettant d'acquérir des dispositions mais aussi des compétences spécifiques à l'engagement. Si ici, l'acquisition de dispositions à l'engagement semble logique puisqu'il s'agissait là de défendre une cause, il ne faut pas pour autant négliger les autres formes de socialisation, qui amènent eux aussi à certaines dispositions.

Thomas a par exemple longtemps fait de l'escrime et fait parti de la confédération nationale des arbitres. Dans son entretien, il dit insupporter l'injustice, sans pour autant faire la connexion avec sa pratique de l'arbitrage. Or veiller au respect des règles, avoir un jugement impartial etc., choses auxquelles il a été socialisé par sa pratique du sport et de l'arbitrage, sont des dispositions pouvant mener à l'indignation face à un fait.

Quant à Marie, elle a fait parti du Conseil de la Vie Lycéenne (CVL) lorsqu'elle était au lycée, ayant été incitée par une amie à le faire. Elle a également été membre du conseil citoyen de son quartier, suite à un tirage au sort. Par ces expériences et les socialisations, nous pouvons considérer que se sont ainsi des dispositions à la défense de l'intérêt collectif, ainsi que des compétences pour le faire qu'elle a acquis. Son projet, visant à donner accès à une information claire et simple autour des gestes eco-citoyens pour tous, contient effectivement cette dimension collective.

Lisa elle a fait plusieurs activités sportives et culturelles quand elle était enfant, ce qui peut expliquer sa volonté de donner accès à des jeunes à la culture

Le rôle de la catégorie sociale

Il est enfin nécessaire de mentionner la classe sociale à laquelle appartiennent les individus.

Malgré la diversité des professions des parents des interviewés, nous pouvons dire que la plupart sont de milieux modestes à intermédiaires. Un seul, François, vient d'un milieu social élevé. Plus précisément, se sont le capital économique et/ou culturel et/ou social qu'il faut prendre en compte.

Lisa nous dit par exemple qu'elle a grandi dans une famille « très axée culture » et donc avec un capital culturel important, et son projet porte pour thématique l'accès à la culture, qu'elle considère comme étant universel. Il y a ainsi un lien plausible avec le capital culturel dont elle dispose, nous amenant à formuler l'hypothèse d'un lien entre capital économique et/ou culturel et/ou social et la disposition à s'engager d'une part, celle de la thématique de l'indignation d'autre part.

Néanmoins la méthodologie employée ici ne permet pas d'établir des corrélations entre la classe sociale et la thématique du projet. De manière générale, il ne nous est pas possible d'établir un lien entre ces socialisations et les thématiques des projets, demandant un échantillon plus grand, voire une étude quantitative pour pouvoir faire des corrélations et de l'inférence statistique afin d'identifier quelle catégorie influe le plus sur la thématique du projet.

Notre enquête met tout de même en avant le rôle des dispositions pour l'indignation et des compétences pour le passage à l'acte qui sont permises par les différentes socialisations des individus. Reste alors à activer ces dispositions pour passer des dispositions à l'action effective.

B- L'activation des dispositions : Evènement déclencheur et volonté de passer à l'action

L'indignation face à certaines causes et enjeux, comme nous l'avons vu, provient de dispositions mises en avant par la socialisation de l'individu. Mais ces dispositions ne suffisent pas à expliquer l'indignation et le passage à l'acte pour compléter l'analyse, il faut également s'intéresser à l'activation de ces dispositions. Or, « c'est dans la rencontre avec une situation concrète que des dispositions trouvent à s'activer. »¹

L. Thomas dresse une typologie de situations concrètes, que nous nous proposons d'adapter à nos enquêtes.

L'une des situations types est ce qu'il appelle « une rencontre du singulier » : c'est la rencontre avec une personne de l'entourage ou la réalisation qu'une personne de l'entourage, identifiable, est concernée par la problématique sociale. Nous pouvons ici citer Stéphane, dont le meilleur ami est devenu tétraplégique suite à un accident de ski et qui, à partir de cette situation, a fait le constat qu'il n'y avait pas de parcours touristique adapté pour les personnes à mobilité réduite. Or, comme dit plus haut, Stéphane a, avant cette situation, eu plusieurs engagements, notamment au Resto du Cœur et dans l'association humanitaire de son école d'ingénieur. Il a ainsi acquis plusieurs dispositions à l'engagement, et la situation à laquelle il fait face les a activé, l'amenant à l'indignation face à la situation au niveau individuel et à en faire une généralisation autour de la question de la mobilité des personnes en situation de handicap, les compétences acquises lors de ses engagements précédents l'amenant à réfléchir en terme de problème global.

Par la suite, c'est également l'activation de ces dispositions et compétences qui permet le passage de l'indignation d'une situation générale à une volonté de s'engager pour cette cause.

« C'est parce qu'ils disposent au préalable d'une compétence militante acquise sur d'autres terrains de lutte que ces agents ont pu et su engager une mobilisation en faveur de l'élève dont ils venaient de découvrir la situation. L'engagement consécutif à un choc moral ne relève donc pas d'un comportement réflexe mais de l'activation de dispositions et compétences

¹ Lilian Mathieu, « Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *art. cit.*, p.310

préalables et sans lesquelles l'individu serait resté désemparé et passif. »¹

Nous pouvons compléter cette approche de la situation singulière par le cas personnel, c'est-à-dire quand la situation problématique arrive à soi-même, ce que n'aborde pas L. Mathieu (son terrain, traitant de la mobilisation contre l'expulsion des élèves sans papiers ne permet pas de le faire). Par exemple, Hadidja, qui agit pour l'autonomisation des femmes victimes de violences et en situation de précarité, s'est elle-même retrouvée dans ce cas. Marie, qui souhaite créer une plateforme donnant accès à des informations simples et accessibles autour des éco-gestes a elle-même vécu la situation dans laquelle elle ne parvenait pas à trouver ces informations. Il y a dans ces deux cas une prise de recul pour considérer son problème personnel comme un problème à plus large échelle et qui nécessite de s'engager. Là aussi, nous pouvons parler des dispositions acquises par la socialisation : Marie a pu acquérir la notion du collectif et de l'intérêt général par ses précédents engagements (membre du conseil de la vie lycéenne, et membre du comité de quartier) lui permettant facilement de faire une généralisation lorsque ses dispositions sont activées par sa situation personnelle. Quant à Hadidja, nous pouvons faire l'hypothèse² que le fait qu'elle ait elle-même été aidée, en plus des autres formes de socialisations qu'elle a connu, lui a permis de développer des dispositions qui auraient été activées par la rencontre avec d'autres femmes dans son cas.

Prendre en considération le cas où la problématique sociale concerne ou a concerné directement l'entrepreneur social est donc nécessaire.

La seconde situation type donnée par L. Thomas est celle de l'« entrée par le général » : c'est la rencontre avec la cause de manière générale, dans son ensemble, sans passer par le particulier. C'est par exemple la rencontre avec un mouvement. Le passage du particulier au général ne se fait donc pas ici, puisque l'on adhère tout de suite au général.

Nous pouvons ici aussi compléter la typologie dans le cadre des entrepreneurs sociaux que nous avons interviewés avec la notion d'opportunité. En effet, pour Lisa, c'est l'opportunité qui lui a été offerte de monter un projet social et solidaire qui l'a amenée à réfléchir à une cause pour laquelle elle avait envie d'agir. C'est la thématique de l'accès à la culture pour les

¹ Lilian Mathieu, « Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *art. cit.*, p.312

² Je l'ai rencontré dans le cadre du Campus Live for Good, elle ne fait pas partie des interviewés.

plus défavorisés qu'elle a choisi, cause qu'elle prend de manière générale et non pas par une rencontre au singulier. Cela fait appel à ses dispositions (élevée dans une famille au capital culturel élevé, beaucoup d'activités quand elle était jeune, nounou d'enfants etc.) et c'est ici l'opportunité qui a déclenché ses dispositions et ses compétences afin de choisir une cause de manière générale.

Dans cette typologie, l'auteur explique que l'activation des dispositions et des compétences amène à la mobilisation collective. Or, dans le cas des entrepreneurs sociaux, la mobilisation pour la cause se fait de manière individuelle et non collective (ou alors un collectif très restreint, à savoir avec les premiers associés). Il y a alors, malgré leurs dispositions à la mobilisation collective, une sorte de rejet des formes d'engagement collectif classiques (associations, ONG, syndicat, parti politique etc.)

C- S'engager de manière individuelle : Un rejet des formes classiques d'engagement ?

Pourquoi, suite à l'indignation et l'envie d'engagement, les entrepreneurs que nous étudions n'ont pas fait le choix de s'inscrire dans une mobilisation collective mais on préféré s'engager de manière individuelle (ou avec seulement quelques personnes) ?

Pour répondre à cette question, il faut prendre en compte deux cas de figure :

- Lorsque la rencontre avec l'entrepreneuriat social se fait avant la définition d'une cause pour laquelle agir, il s'agit du scénario-type 1.
- Et lorsque la rencontre avec l'entrepreneuriat social se fait après la définition d'une cause pour laquelle agir, il s'agit des scénarios 2 et 3.

Dans le premier cas, l'entrepreneuriat social apparaît comme une opportunité et il n'y a donc pas réellement de remise en question des autres formes d'engagement.

Dans le second cas, la cause étant identifiée avant la rencontre avec l'entrepreneuriat social, nous pouvons faire l'hypothèse d'un rejet des formes classiques d'engagement au profit de l'entrepreneuriat social. C'est sur ce deuxième cas que nous nous pencherons dans les paragraphes suivants.

Nous n'apportons pas ici de réponse définitive à la question mais nous émettons des hypothèses à partir de la littérature existante.

La première de ces hypothèses qui pourrait expliquer ce recul face aux mobilisations collectives serait le « contexte de relative désinstitutionalisation de l'action politique »¹ qui implique que les jeunes n'aient « plus accès à ce répertoire politique classique. Leur socialisation politique est en ce sens plus expérimentale. »². Autrement dit, il ne s'agit pas là d'un rejet des anciennes formes de mobilisation mais plutôt d'une absence de socialisation à ces formes classiques, les amenant à tester, à expérimenter, des nouveaux modèles de lutte et de revendication³. Parmi ces nouveaux modèles, « les initiatives autonomes et non

¹ Anne Muxel, *L'expérience politique des jeunes*, presse de Sciences po, 2001, p. 4

² Ibid

³ Ibid, p.38

institutionnalisées sont privilégiées, tandis que les moyens classiques de mobilisation collective, syndicaux ou partisans, sont délaissés. »¹

Néanmoins, il ne faut pas perdre de vue que la plupart de nos enquêtés étaient déjà engagés auparavant, dans des modes collectifs, n'ayant ainsi pas totalement délaissé ces moyens classiques dans leur parcours. Il est donc nécessaire de compléter l'analyse.

La seconde hypothèse que nous formulons donc est celle de l'individualisation de la société dans laquelle l'affirmation et la réalisation de soi se fait au détriment de l'action collective, ou plutôt que l'action collective ne répond pas à ce besoin d'affirmation et de réalisation de soi.

Nous pouvons reprendre la définition de B. Roudet selon laquelle l'individualisation correspond à « la volonté de chaque individu de choisir ses manières de vivre, indépendamment de normes morales impersonnelles et des grands systèmes de pensée, ainsi que par un déclin du rôle des institutions dans la construction des normes collectives. »²

Apparaissent alors deux aspects de l'individualisation : l'affirmation et la réalisation de soi qui correspondrait à l'idée du choix de ses manières de vivre d'une part, le faire de manière indépendante avec le rejet des normes et le déclin du rôle des institutions.

Ainsi, G. Pleyers, en étudiant les jeunes alteractivistes, nous montre que « c'est dans la relation à eux-mêmes et la construction de soi comme sujet et acteur que ces jeunes alteractivistes trouvent le sens et les ressources de leur engagement, bien plus que dans les organisations militantes, la lutte contre un adversaire, les manifestes annonçant des 'lendemains qui chantent' ou même l'impact de leur action dans la société. »³

L'engagement fait ainsi d'abord sens pour soi en participant à la construction identitaire, avant même la défense de la cause, faisant ainsi référence au premier aspect de l'individualisation.

¹ Anne Muxel, *L'expérience politique des jeunes*, op. cit., p. 38

² Roudet, B. (2004). *Entre responsabilisation et individualisation: les évolutions de l'engagement associatif*. Lien social et Politiques, (51), 17-27, p.17

³ Geoffrey Pleyers, « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes », *Agora débats/jeunesses* 2016/1 (N° 72), p. 107-122, p.108

Par ailleurs, A. Quéniart montre la volonté d'une liberté de pensée et d'autonomie de la part des jeunes au sein même des groupes militants : l'individualité passe ainsi devant le groupe. Si le groupe ne correspond pas à l'une des opinions du militant, ce dernier n'hésitera pas à partir, alors que selon elle, c'était auparavant l'intérêt et le discours du groupe militant qui primait. « Pour la majorité des jeunes militants, l'engagement doit coïncider avec leurs aspirations les plus profondes, celles qui donnent sens à leur action, et il doit mobiliser leur identité personnelle »¹. Il ne s'engagera donc pas ou plus avec un groupe qui ne correspond pas à ses aspirations, mais également dans un collectif où l'identité personnelle risque d'être 'écrasée' par l'identité collective.

Ainsi, il est possible que les entrepreneurs sociaux n'aient pas trouvé de groupe correspondant à leurs attentes et besoins suite à une recherche, mais aussi qu'ils se soient aperçus, par leurs engagements précédents, que les formes classiques ne coïncident pas avec « leurs aspirations les plus profondes ».

La dernière hypothèse que nous formulons enfin fait suite à un échange que nous eu avec Stéphane par messagerie instantanée², il s'agirait d'un manque de concret et d'impact des mobilisations classiques.

Stéphane – réponse par messagerie instantanée

Pourquoi ne pas avoir choisi de rejoindre une association autour de la question du handicap pour développer la solution au sein de leur collectif ? Pourquoi l'entrepreneuriat ?

Pour plusieurs raisons (à mon point de vue) 1/ pour pouvoir créer des emplois, donc constituer une équipe motivée (qui touche un salaire) pour réaliser nos missions (money = premier niveau de motivation) 2/ un social business permet d'avoir + un service / produit qui répond non seulement à un problème de fond (des bénéficiaires) mais aussi implique des acteurs publics / privés qui croient en votre vision et s'engagent (client) très concrètement : financièrement, ressources humaines ... 3/ pouvoir dépasser la dimension locale du projet associatif et pouvoir impacter nationalement voire plus

En effet Stéphane invoque tout d'abord le fait que l'on n'est pas salarié et que les mobilisations ne sont pas créatrices d'emploi, alors que la motivation serait d'autant plus forte

¹ Quéniart, A. & Jacques, J. (2008). Trajectoires, pratiques et sens de l'engagement chez des jeunes impliqués dans diverses formes de participation sociale et politique. *Politique et Sociétés*, 27(3), 211-242, p.231

² Via le réseau social Facebook

si c'était le cas et donc pourrait avoir plus d'impact. Par ailleurs, il considère que les institutions, les « acteurs publics et privés » ne sont pas assez impliqués dans les actions collectives, ils ne font pas d'actions concrètes réduisant ainsi l'impact de la mobilisation.

Enfin, il invoque l'échelle des mobilisations collectives, qui serait trop restreinte au niveau local.

Pour ces trois raisons, l'action collective « classique » ne semble pas être pertinente pour l'engagement qu'il souhaite avoir pour la cause qu'il défend, l'amenant à se tourner vers d'autres formes de mobilisation.

Nous avons vu tout au long de cette partie comment la cause défendue par l'entrepreneur social découle de dispositions acquises par des socialisations, et de l'activation de ces dispositions provoquant ainsi de l'indignation face à une situation et la volonté de s'engager. Du fait d'un manque de socialisation au répertoire classique des mobilisations et/ou à une individualisation de la société poussant à s'affirmer en tant qu'individu ayant des opinions et des aspirations propres, ce n'est pas vers le modèle des mobilisations collectives classiques que les jeunes se tournent pour s'engager. Ces processus, issus de des socialisations à l'engagement, facilitent également l'identification au terme d'entrepreneuriat social

L'entrepreneuriat social, tout comme l'engagement associatif bénévole qui est ponctuel, représente ainsi une « Conciliation (...) entre l'individualisation et la participation sociale »¹, celui-ci permettant néanmoins, contrairement au bénévolat associatif, au jeune d'en vivre et d'avoir plus d'impact au travers de ses actions.

Encore faut-il avoir rencontré ce terme et en avoir accepté la définition.

¹ Stéphanie Vermeersch, « Entre individualisation et participation : l'engagement associatif bénévole », Revue française de sociologie 2004/4 (Vol. 45), p. 681-710, p.681

III - La rencontre avec l'entrepreneuriat social : une définition qui fait sens pour soi

Nous nous intéressons dans ce mémoire aux jeunes qui se reconnaissent dans le terme d'entrepreneuriat social, soit parce qu'ils se considèrent comme entrepreneur social, soit parce qu'ils aspirent à l'être, et qui reconnaissent leur projet comme projet d'entreprise sociale.

Pour aboutir à l'idée de projet d'entreprise sociale que l'on reconnaît soi-même comme tel, les entrepreneurs sociaux passent par des pôles dont l'ordre n'est pas préétabli, à savoir le 'pôle entrepreneuriat', le 'pôle cause sociale', que nous avons vu dans les deux premières parties, et le 'pôle entrepreneuriat social'. Ce dernier est capital pour pouvoir se reconnaître dans ce terme : il faut en effet d'une part l'avoir croisé et avoir interprété sa définition, l'avoir accepté et perçu comme étant une solution désirable d'autre part.

Or, d'après le « Baromètre de l'entrepreneuriat social »¹, en 2018, seuls 37% des enquêtés disent avoir entendu parlé de l'entrepreneuriat social. Il ne s'agit ainsi pas d'un terme que l'on pourrait considérer à la mode et que toute personne aurait entendu.

Au contraire, il s'agit d'un terme que l'on entend dans certaines conditions, et par des acteurs précis. Dans un entretien qu'il donne à A. Dhoquois, J.-F. Darperi dit d'ailleurs ne pas observer « un développement remarquable de l'entrepreneuriat social en France aujourd'hui. Je vois quelques entreprises et sites qui communiquent beaucoup, font un lobbying important et obtiennent des résultats en termes de reconnaissance, mais aucunement un mouvement, ni même ce qu'on pourrait appeler un succès. »².

L'entrepreneuriat social en tant que champ, que l'on définit comme un « microcosme social relativement autonome à l'intérieur du macrocosme social (...) régi par des règles qui lui sont propres et se caractérise par la poursuite d'une fin spécifique »³ est alors très restreint, impliquant des conditions de rencontre avec ce terme bien particulières.

¹ Baromètre mis en place par OpinionWay et des grandes structures de l'entrepreneuriat social comme Ashoka, Convergences, Ticket for Change etc. Disponible en ligne ici : <http://www.convergences.org/wp-content/uploads/2017/12/6e-Barom%C3%A8tre-de-l'Entrepreneuriat-Social-FINAL-1.pdf>

² J.-F. Darperi cité par Dhoquois Anne in « L'entrepreneuriat social en questions », dans *Raconter l'entrepreneuriat social, de l'enseignement à la pratique*. sous la direction de Dhoquois Anne. Paris, Ateliers Henry Dougier, « Le changement est dans l'R ! », 2016, p. 106-128, p. 116

³ Anne-Catherine Wagner, « Champ », in Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », p. 50-51.

Nous verrons ainsi dans cette partie les conditions dans lesquelles la définition est donnée par les acteurs du champ de l'entrepreneuriat social ainsi que la définition transmise et celle retenue par les entrepreneurs sociaux que nous avons interrogés.

Croiser une définition ne signifie pas nécessairement s'y reconnaître soi-même : nous verrons également dans cette partie l'effet de cette définition sur la manière dont les jeunes se définissent.

A- Découverte et interprétation du terme « entrepreneuriat social »

Nous l'avons vu en introduction de ce mémoire, le terme d'entrepreneuriat social est sujet à différentes interprétations et a pu connaître des sens différents en fonction des contextes où il a émergé.

Or, lorsque nous avons posé la question aux différents enquêtés, la définition qu'ils en donnent est la même, à quelques mots près, alors qu'ils ont rencontré ce terme dans des contextes différents : c'est l'idée que la cause sociale est au cœur du projet, que l'argent et les profits générés doivent être au service de l'impact.

Lisa

« L'entrepreneuriat c'est entreprendre quelque chose pour le bien commun, à visée sociale en mettant l'humain avant tout, qui doit générer de l'argent parce que c'est aussi comme ça qu'on fait monter des projets dans notre société, mais ce n'est pas le but principal ; qui va se servir de l'argent pour justement continuer de s'en servir pour le bien commun en étant porteur de valeurs, de solidarité, de partage, d'accès à la culture, au soin, au droit, sans exclure quelqu'un. Pour moi, l'ESS c'est aussi faire la place à tout le monde, de travailler ensemble, le but ce n'est pas de se concurrencer, c'est de voir ce qu'il existe, ce qu'on peut apporter en plus, il n'y a pas de démarche concurrentielle à avoir. C'est voir le monde comme un grand maillage où chacun peu apporter sa pierre pour consolider l'édifice plutôt que d'en construire un tout à soi. »

Thomas

« L'entrepreneuriat social, c'est une vision de l'entrepreneuriat qui met l'argent comme un moyen et non une finalité afin de résoudre un problème social, sociétal, écologique. »

Nina

Un entrepreneur social c'est quoi ?

« C'est quelqu'un qui s'assure de mener son activité en ayant une utilité sociale ou environnementale, un impact positif en tout cas sur son environnement. »

Au travers des définitions données par les enquêtés, il apparaît ainsi qu'une définition a su faire consensus sein des acteurs de ce champ, qui la transmettent ainsi par différents canaux. Ainsi, Lisa a entendu parlé de l'entrepreneuriat social par l'AVISE lors de son service civique à Unis-Cité, Thomas l'a entendu dans le cadre d'une conférence donné par un grand nom de l'entrepreneuriat social, Tony Meloto, lors d'une conférence de l'UNICEF ayant lieu dans son école de commerce, Nina l'a entendu dans le cadre de la licence qu'elle fait en économie sociale et solidaire, François par le MOOC « devenez entrepreneur du changement » de Ticket for Change etc. Il y a une multitude de contextes, mais parmi ceux interviewés, chaque contexte ayant au moins un acteur de ce champ.

La définition correspond à celle donnée par le MOUVES, mais également portée par des instances internationales comme Ashoka :

*« Quel que soit le domaine où il s'engage, l'entrepreneur social se donne comme critère majeur de réussite l'ampleur de son **impact sur la société.** »¹*

La distinction avec les entreprises 'classiques', qui ne se fait pas toujours spontanément dans les réponses, est tout de même jugée nécessaire lorsque nous leur posons la question, notamment les entreprises qui mettent en place des démarches RSE au-delà des obligations légales. L'entreprise, en mettant la cause sociale au cœur de son activité, aurait comme indiqué dans la définition d'Ashoka « l'ampleur de son impact sur la société » comme critère de réussite, contrairement au critère de réussite autour du chiffre d'affaire pour une entreprise « classique » : Ainsi, ce n'est pas que l'action sociale qui distingue les deux types, c'est le fait qu'elle soit au cœur du modèle économique.

Au delà de la notion de l'impact, la notion d'une absence de concurrence entre les entreprises sociales émerge : il s'agirait d'une économie collaborative, à l'inverse de la concurrence que l'on retrouverait dans les entreprises dites classiques.

Seulement une personne évoque la gouvernance démocratique et la lucrativité limitée. Pour cette dernière, elle est implicitement évoquée par les autres: l'argent doit ainsi seulement permettre la 'survie', « il faut bien que je vive », mais ne doit pas constituer une source d'enrichissement personnel. Face à cette donnée, plusieurs interprétations possibles car il peut s'agir en effet d'une question éthique en considérant que l'on ne peut pas se faire de l'argent sur une problématique sociale (seulement l'argent nécessaire pour vivre) mais il peut aussi s'agir d'une question d'ambition par rapport à la taille de la structure que l'on envisage (s'ils envisagent leur projet comme restant une petite structure, cela peut les amener à considérer qu'ils gagneront juste de quoi « vivre »). Les interprétations ne s'excluent pas entre elles, nous considérons que les deux jouent, sans pour autant établir de relation causale (est-ce l'éthique qui limite l'ambition ou l'ambition qui permet de se rallier à l'éthique ?).

Pour ce qui est de la gouvernance démocratique, nous pouvons supposer que pour la plupart, à leur stade, l'idée d'avoir une équipe, des salariés etc. est encore loin.

¹ <https://www.ashoka.org/fr/activit%C3%A9/l%E2%80%99entrepreneuriat-social> (« impact sur la société » en gras sur le site)

Cette distinction entre entreprise sociale et entreprise ‘classique’ est jugée nécessaire actuellement mais dans l’idéal, elle ne devrait plus avoir lieu d’être car toutes les entreprises deviendront sociales. Aujourd’hui pourtant cette distinction semble floue, ce qui risque d’être dangereux pour les entreprises sociales, comme l’explique Nina :

Extrait d’entretien - Nina

Je trouve ça hyper important de les distinguer, parce qu’il y a une valeur ajoutée dans l’entrepreneuriat social qui est considérable, je ne sais pas si elle est évidente pour tout le monde mais elle est importante. Je trouve que ça devrait se démocratiser et que tous les entrepreneurs soient des entrepreneurs sociaux dans un monde utopiste. Et le fait qu’on les distingue de moins en moins, comme il y a des entreprises privées qui commencent à intégrer ces logiques d’impact positif, de mesurer son impact, de valoriser son image, bah les choses sont de plus en plus floues. Au niveau des associations, il y a plus de concurrence parce que les subventions se font plus rares, et le fait que tout se mélange et qu’on confonde les initiatives publiques et les initiatives privées. Ça je pense que c’est dangereux. J’ai peur que les associations se fassent bouffer à cause des grandes entreprises qui intègrent ces logiques respectueuses de l’environnement etc. Mais je serai pour qu’il y ait plus de collaboration entre les entrepreneurs classiques et des entrepreneurs sociaux.

On aurait pourtant pu être dans une optique de complémentarité entre les deux avec l’idée que les entreprises dites ‘classiques’ sont autant nécessaires que les entreprises sociales plutôt que de vouloir que toutes les entreprises deviennent sociales. L’entrepreneuriat social, au delà de sa définition, se porte alors comme un idéal d’économie. Néanmoins, cela doit rester sous le modèle de l’entrepreneuriat social, les grandes entreprises, même celles faisant des actions sociales, ne devant pas remplacer les structures comme les associations.

Enfin, pour terminer cette sous-partie, il est intéressant de noter que certains parlent d’« une entreprise ESS » ou encore « d’une ESS », pouvant prêter à confusion avec le terme d’économie sociale et solidaire que l’on abrège souvent par ‘ESS’. Or, pour certains auteurs, l’entrepreneuriat social n’entre pas dans le cadre de l’économie sociale et solidaire. Car certes, elle souhaite se distinguer des entreprises dites classiques, mais sans pour autant remettre en cause l’économie capitaliste comme elle l’est actuellement¹.

¹ « non seulement le projet de l’entrepreneuriat social n’est pas incompatible avec l’économie capitaliste, mais il est
Fania Abdou H. Anoir – « Créer un projet qui a du sens pour soi et pour les autres » - 2018

B- Se reconnaître soi-même et son projet dans la définition d'entrepreneuriat social et vouloir en faire partie

La rencontre avec le terme d'entrepreneuriat social et sa définition implique deux types de réactions, en fonction du scénario dans lequel on se trouve :

- Scénario 3 (projet d'entreprise d'une personne déjà très engagée): se reconnaître dans cette définition et y trouver une réponse à un dilemme qui est celui de concilier entrepreneuriat et engagement social
- Scénario 1 (la volonté de créer son entreprise avant tout) et 2 (la volonté d'agir pour une cause sociale avant tout): s'adapter, vouloir trouver un projet qui rentre dans cette définition car elle est attractive et/ou représente une opportunité

Dans les deux cas, il n'y a pas de contestation de ce terme et de sa définition par les enquêtés. Or, l'acceptation de ce terme est loin d'être une évidence. Nous pouvons en effet avoir des contestations de la part de personnes considérant que tout entrepreneur est social, notamment parce qu'il est créateur d'emploi et donc permet de réduire le chômage¹. Ou encore des personnes qui contestent la résolution de défis sociaux par l'entrepreneuriat car ne remettant pas totalement en cause le capitalisme. Sur ce dernier point, nous pouvons évoquer les critiques faisant suite à une campagne de publicité de l'école de commerce HEC « Et si on se servait du capitalisme pour combattre l'exclusion ? », critiques qui considèrent ce slogan comme étant antinomique, le capitalisme créant par définition de l'exclusion².

Ici, l'acceptation et l'intériorisation du terme « entrepreneuriat social » conduisant à sa non-remise en cause est donc un résultat en soi. Cela peut s'expliquer par le fait que

peut-être la condition de son renouvellement. » Jean-François Draperi, *L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée inscrit dans le capitalisme*, ACTE 1, févr. 2010

¹ C'est ce qui a pu être souligné par un visiteur du stand de l'Avisé au salon de l'entrepreneur en 2016 – en dehors du cadre de cette enquête

² Voir par exemple l'article « La nouvelle campagne de HEC Paris moquée sur internet ». Article du Figaro publiée le 30/08/2018. Disponible en ligne : http://etudiant.lefigaro.fr/article/la-nouvelle-campagne-de-hec-paris-moquee-sur-internet_d03a149e-ab7f-11e8-8771-8f9ab1a049e0/

l'entrepreneuriat social répond au dilemme de concilier le social et l'envie d'entreprendre, d'avoir son propre projet et de pouvoir en vivre, en montrant que cela est possible.

Extrait d'entretien - Marie

Quand j'avais commencé à me renseigner sur l'entrepreneuriat j'avais pas entendu ce terme, après j'ai commencé à l'entendre davantage quand je suis arrivée en service civique mais en fait j'arrivais pas à comprendre exactement qu'est-ce qui faisait que t'étais une entreprise sociale, enfin je veux dire d'un point de vue juridique. Après, disons que la notion, le fait d'avoir un impact social ou environnemental, je me suis vite retrouvée là-dedans parce que, comme ce que je disais tout à l'heure, le projet je veux le pérenniser c'est pas pour me faire de l'argent c'est vraiment pour avoir de l'impact, juste que je veux être lucide et rationnelle et que j'ai besoin d'argent pour vivre quoi. Donc l'entrepreneuriat social, maintenant que je commence à bien saisir les tenants et les aboutissants, c'est un terme dans lequel je me retrouve bien.

Marie indique ainsi qu'elle aurait aimé pouvoir s'engager sur son projet, qu'elle voit comme un projet de vie, mais qu'il faut « être lucide et rationnelle », cela n'étant pas possible sans rémunération. L'entrepreneuriat social, dans lequel elle dit se retrouver, répond donc à ce dilemme.

L'entrepreneuriat social permet aussi de concilier la volonté d'un engagement coïncidant avec nos aspirations les plus profondes tout en gardant son individualité et n'étant pas écrasé par un groupe, mais également tout en offrant la possibilité de vivre de cet engagement. C'est ce que nous avons vu dans la deuxième partie de ce chapitre.

L'entrepreneuriat social peut aussi répondre à la recherche d'une manière de se distinguer, à l'opportunité d'un marché ou d'un accompagnement : c'est par exemple le cas de Thomas lorsqu'il a découvert qu'il n'y avait pas de questionnaire « solidaire » et que le secteur du don gratuit se développait. L'enjeu était donc pour lui de saisir ce marché, tout en profitant de l'aspect social qui peut plaire aux grandes entreprises dans une démarche de RSE.

Mais accepter la définition de ce terme ne veut pas dire que l'on se défini soi-même comme tel dès sa découverte. Ainsi, lorsque nous demandons s'ils se définissent actuellement comme entrepreneur social, cela n'est pas évident pour tous.

L'annonce pour cette enquête était en effet « à la recherche de jeunes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat social », mais ne signifie pas que les jeunes se présentent comme « entrepreneurs sociaux ». Il faut en effet distinguer le fait d'identifier son projet comme étant

un projet d'entreprise sociale du fait de se dire entrepreneur social d'une part, et distinguer le fait de se dire entrepreneur social 'à soi-même' du fait de se présenter aux autres en tant que tel d'autre part.

Extrait d'entretien - Marie

Est-ce que tu te dis entrepreneure sociale ?

Après, c'est vrai que pour l'instant je ne dis même pas que je suis entrepreneure (rires), à chaque fois qu'on me demande je dis juste que je suis porteuse de projet en service civique. (...) Mais du coup l'année prochaine il faudrait vraiment que je me dise entrepreneure parce que, enfin si, c'est marqué sur ma bio sur Twitter mais à l'oral je ne dis pas (rires).

Pourquoi ?

C'est une bonne question, mais je pense que sur les réseaux sociaux, c'est plus facile de dire des trucs. Enfin, entrepreneur c'est un statut, ça fait sérieux entre guillemets, ça montre que t'es entrain de monter un projet et au fond c'est ce que je fais. Et juste marqué ça implique pas vraiment moi qui le fais. Et je pense qu'il y a une question aussi de légitimité parce que comme je suis encore en service civique, j'ai l'impression que ça n'a pas assez de poids. Mais après dans ma tête ça commence à changer. A partir de fin juin je ne suis plus en service civique donc il faudra que je dise entrepreneure.

Pourquoi plus « entrepreneur » que porteuse de projet ?

Porteuse de projet, tu reste toujours porteuse de projet mais pour moi ça a une connotation c'est le début, tu montes un projet. Entrepreneur, je vais arriver à un moment où, pour moi entrepreneur c'est un peu passer au stade au dessus. Et après pourquoi entrepreneur plutôt que social, je ne sais pas trop, mais je pense aussi que c'est parce que je ne l'ai pas souvent entendu, ça fait pas naturel, et aussi parce que pour moi c'est une évidence que je fais un truc dans l'entrepreneuriat social. Mais peut-être que je devrais préciser... Ca me fait réfléchir !

Dans cet extrait, Marie a en effet accepté l'idée que son projet était un projet d'entreprise sociale, à tel point que ça en est devenu une évidence (« pour moi, c'est une évidence que je fais un truc dans l'entrepreneuriat social ») mais elle ne se dit pas encore entrepreneure sociale. D'ailleurs, comme c'est le cas avec d'autres entretiens, elle ne se dit pas entrepreneure tout court, mais opte plutôt pour le terme « porteur de projet » qui fait référence selon elle au début du projet. Se dire entrepreneure signifie alors pour elle avoir franchi un certain cap dans le développement du projet, un cap faisant que le projet devient « sérieux » mais dont les frontières restent floues. Pourtant, lorsqu'elle dit « L'année prochaine il faudrait vraiment que je me dise entrepreneure », c'est ici le changement de statut professionnel qui va l'amener à se dire entrepreneure plutôt que le stade de son projet, car elle attend que son Service Civique soit terminé pour le faire.

Ici, Marie distingue même le fait de l'écrire sur les réseaux sociaux avec le fait de le dire à l'oral, lorsqu'elle se présente. Sachant que « L'individu anticipe aussi sur les situations. Il soignera donc sa face selon les enjeux qu'il perçoit des situations dans lesquelles il va se trouver »¹, nous pouvons dire que l'enjeu dans la situation de réseaux sociaux d'internet généralistes comme Twitter est moindre, notamment parce qu'il n'y a pas d'interaction directe (il s'agit d'un profil), permettant ainsi de perdre la face moins facilement, ce qui rejoint son idée de « quelque chose de moins engageant ».

Pour Lisa aussi, le fait de se dire entrepreneure est compliqué, elle se définit avant tout comme étant archéologue, son domaine de spécialité, ce qui là aussi, peut permettre de ne pas perdre la face si elle se définit comme entrepreneure, alors qu'elle pense ne pas avoir acquis toutes les compétences entrepreneuriales.

Notons que cette difficulté à se dire entrepreneur est plus ressortie chez les femmes de notre échantillon. Un effet de genre dans cette construction identitaire est alors à prendre en compte, et a notamment été démontrée par P. Pailot *et al.* qu'ils analysent à travers des « construits perceptuels, sociocognitifs et évaluatifs »² pouvant être emprunt de stéréotypes de genre. « La capacité à s'autocatégorieser en tant qu'entrepreneure va (...) être liée aux construits perceptuels, sociocognitifs et évaluatifs véhiculés dans l'environnement mais également par l'entrepreneure elle-même. »³

Ainsi, 'entrepreneur social' n'est pas nécessairement un statut revendiqué par ceux que nous appelons *entrepreneurs sociaux* dans ce mémoire lorsqu'ils sont encore en début de projet et avant le lancement de leur entreprise.

Soit parce qu'ils n'ont pas encore atteint le stade leur permettant de se définir comme tel selon eux, stade dont les frontières diffèrent en fonction des personnes, et notamment en fonction du genre. Soit parce qu'un autre statut l'emporte lorsque l'on se définit soi-même : par exemple,

¹ Coutant Alexandre, Stenger Thomas, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux sociaux », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010/1 (Volume 2010), p. 45-64

² François Pailot *et al.*, « Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures », *Revue de l'Entrepreneuriat* 2015/2 (Vol. 14), p. 31-57.

³ François Pailot *et al.*, « Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures », *art. cit.*, p.43

dire que l'on est archéologue/graphiste/ingénieur et mettre en avant son expertise plutôt que de dire « entrepreneur social »

Cela peut également s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'un terme qu'ils perçoivent comme étant peu connu (ou peu compris), vision qui n'est pas infondée puisque comme nous l'avons vu, selon le « Baromètre de l'entrepreneuriat social », seuls 37% des enquêtés disent avoir entendu parler du terme « entrepreneuriat social »¹.

Sur ce dernier point, la superposition de cette identité avec d'autres champs auxquels on appartient peut s'avérer difficile, face à l'incompréhension des différents interlocuteurs. Car en effet, « Les enjeux propres à un champ sont illusoire ou insignifiants pour les personnes étrangères au champ. »².

C'est notamment le cas de Thomas, en école de commerce, pour qui ni ses camarades, ni ses professeurs, ne comprenaient sa démarche.

Extrait d'entretien - Thomas

Ah ouais il y en a qui sont sur une autre planète. Il y en a qui pensent qu'une entreprise et le business, c'est pour faire du chiffre d'affaire et basta.

Ouais, après, en plus de ça, être dans l'affirmation 'je vais être entrepreneur social' ou 'je vais être dans l'économie sociale et solidaire' n'est venue que pendant mon M2, donc pendant ma dernière année d'école. Et c'est là où j'ai eu des réactions en face de moi, j'ai fait « whouaaaa ». D'étudiants « ouais, je comprends pas, donc ton objectif c'est de financer des associations ? Donc t'es une association ? », « non, je reste une entreprise. Une entreprise peut aider des associations » « ouais mais du coup si t'aides des associations tu te rémunère comment ? » « bah, c'est là tout l'intelligence de l'entrepreneuriat social et de l'utilisation de ce modèle ». J'ai eu des profs qui m'ont fait des remarques un peu déplacées : « non mais Thomas, ton business model, ton business plan tout ça c'est très bien, mais t'as fait une école de commerce, il faut la rentabiliser, il faut que tu fasses du cash. » Je fais « ouais mais moi je préfère être heureux que de faire du cash, aimer faire ce que je fais, plutôt que de gagner de l'argent dans un bureau à la Défense où tu ne vas pas sortir. Non c'est pas mon truc ». J'en ai eu qu'un seul de prof comme ça, vraiment un seul. Les autres étaient plutôt surpris qu'il y ait des gens de l'école qui fassent ça. Il y avait quand même une idée de surprise. Il n'y en a qu'un seul qui m'a fait une remarque vraiment pas cool. Après, au sein de l'école, le message qu'on véhicule c'est quand même chercher des gros postes, chercher à gagner de l'argent.

¹ Baromètre 2018 de l'entrepreneuriat Social : <http://www.convergences.org/wp-content/uploads/2017/12/6e-Barom%C3%A8tre-de-l'Entrepreneuriat-Social-FINAL-1.pdf>

² Anne-Catherine Wagner, « Champ », in Paugam Serge (dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, op. cit., p.50

Ici, il s'agit en effet du champ académique et plus particulièrement de l'école de commerce, école n'ayant pas mis en place des programmes autour de l'entrepreneuriat social comme c'est le cas pour l'ESSEC et HEC. La norme serait une sortie pour des postes à hauts salaires afin de rentabiliser le coût de l'école. Par ailleurs, le concept d'entrepreneuriat social n'est pas intégré dans leur cursus, rendant sa connaissance et la compréhension de sa logique compliquée et créant l'effet de surprise quand une personne de ce champ s'investit dans celui de l'entrepreneuriat social.

Cette méconnaissance et la confrontation que cela peut amener avec d'autres champs que l'entrepreneur social occupe peut alors entraîner la volonté de rencontrer des personnes comme soi, des pairs appartenant à ce champ et de se sentir appartenir à une communauté. Mais cela implique alors de remettre en cause l'identité subjective d'entrepreneur social en se confrontant aux autres.

L'entrepreneuriat social ne parle pas à tout le monde. En effet, cela nécessite d'avoir acquis certaines dispositions pour pouvoir s'identifier dans ces termes et vouloir intégrer ce champ. Nous avons vu dans cette partie les différents processus pouvant amener à avoir un projet d'entreprise sociale que l'on identifie comme tel.

Tout d'abord, nous nous sommes concentrés sur les motivations à l'entrepreneuriat, en montrant comment cela résultait d'un environnement spécifique, aussi bien au niveau sociétal qu'au niveau familial et du cercle proche.

Il en est de même pour les motivations poussant à l'engagement et à la définition d'une cause sociale pour laquelle on souhaite agir de manière individuelle.

Ces différentes dispositions sont activées par la rencontre avec le terme de l'entrepreneuriat social, généralement faite auprès d'une structure de ce domaine, ce qui implique que cela fasse sens pour ces jeunes.

Néanmoins, se reconnaître en tant qu'entrepreneur social ou avoir envie de le devenir en définissant un projet d'entreprise sociale ne suffit pas : il faut en effet se confronter au regard des autres, et notamment des acteurs de l'entrepreneuriat social. Cela afin d'acquérir de la légitimité pour être reconnu en tant que tel, et ainsi affirmer son identité d'entrepreneur social.

Deuxième partie

Un projet et une identité qui doivent faire sens pour les autres : Quête de légitimité et remise en question de son identité d'entrepreneur social

Par le processus que nous avons vu au chapitre 1, nous sommes désormais au stade où le jeune s'identifie lui-même comme étant entrepreneur social ou aspire à le devenir, de même qu'il considère son projet comme étant celui d'une entreprise sociale.

Il est alors temps de se confronter aux acteurs du champ de l'entrepreneuriat social. Car en effet, le processus décrit au chapitre 1 « se trouve conforté ou bien menacé par le regard des autres qui vont reconnaître, ou pas, ce sujet comme l'un des leurs. »¹

Il ne suffit donc pas de se dire entrepreneur social pour que les autres nous reconnaissent comme tel. D'ailleurs, si les autres ne nous reconnaissent pas comme tel, c'est notre identité en tant qu'entrepreneur social qui peut se retrouver ébranlée et dans le cas de la situation inverse, elle peut être renforcée. Ainsi, « la construction de l'identité sociale (qui fonde la légitimité de l'entrepreneur) [se fait] par et dans les relations et jeux interactionnels »².

Or, pour être reconnu en tant qu'entrepreneur social à l'intérieur de ce champ spécifique, il faut acquérir de la légitimité, et plus spécifiquement ce que nous appellerons ici de la *légitimité entrepreneuriale-sociale*, dans la même optique que P. Pailot *et al.* qui parlent de légitimité entrepreneuriale.

Nous définissons la légitimité comme étant « une perception ou une supposition que les actions d'une entité sont désirables, acceptables ou appropriées à l'intérieur d'un système de normes, valeurs, croyances et définitions socialement construit. »³. Ici, le système de normes, valeurs etc. socialement construit correspond au champ de l'entrepreneuriat social, dans le cadre de la légitimité entrepreneuriale-sociale. C'est sur celle-ci que nous nous concentrerons sur ce mémoire, mais il ne faut pas perdre de vue que la question de la légitimité se joue également sur d'autres champs, notamment celui des acteurs de la cause défendue par

¹ François Pailot *et al.*, « Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures », *art. cit.*, p. 40

² *Ibid.*, p. 36

³ Traduit de l'anglais : « a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions ». Suchman, repris par CHABAUD Didier *et al.*, *Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur*. Article disponible sur internet : https://www.researchgate.net/profile/Didier_Chabaud/publication/242598772_Accompagnement_de_l'entrepreneur_et_legitimite_institutionnelle_Le_cas_d'un_incubateur/links/0deec529de37767ebd000000/Accompagnement-de-l'entrepreneur-et-legitimite-institutionnelle-Le-cas-dun-incubateur.pdf

l'entrepreneur social : un entrepreneur social agissant sur la thématique de l'écologie doit ainsi être légitime à la fois en tant qu'entrepreneur social (légitimité entrepreneuriale-sociale) mais aussi en tant que personne s'engageant pour l'écologie (légitimité écologique : nous pouvons supposer qu'un entrepreneur social autour de l'écologie n'achetant que des emballages plastiques sera peut-être légitime en tant qu'entrepreneur social mais bien moins en tant que défenseur de l'écologie). Elle peut également se jouer sur le champ du métier exercé : « [l'un de mes défis c'est de] trouver la légitimité, parce qu'on ne m'accorde pas la légitimité sur le secteur des études marketing et de sondages, ce que je comprends tout à fait. Il y en a qui me considèrent comme un junior qui tente un truc » nous dit ainsi Thomas.

Acquérir cette légitimité a un enjeu identitaire, mais également un enjeu en terme de développement du projet, la légitimité permettant l'accès à des ressources¹.

Pour l'acquérir, il faut alors prendre connaissance des normes, des codes qui régissent ce champ pour pouvoir ensuite s'y conformer. Comment ? En passant notamment par la formation et l'accompagnement. Les structures accompagnatrices en début de process, véritables ambassadrices de l'entrepreneuriat social, ont un rôle primordial pour les jeunes qui souhaitent se lancer dans ce domaine. Nous distinguons dans notre échantillon ceux qui ont postulé à un programme d'accompagnement ou souhaitent le faire et ceux qui ont été sélectionnés et qui ont été ou sont actuellement accompagnés.

Dans le premier cas, ils voient cet accompagnement comme source de légitimité car c'est une porte d'entrée et il fait généralement l'objet d'une sélection. C'est également une ressource essentielle pour être formé et acquérir les codes permettant par la suite d'avoir accès à d'autres ressources. Par ailleurs, la candidature, avec la présentation de soi et de son projet laisse déjà entrevoir certaines normes. Néanmoins, être refusé signifie alors ne pas être reconnu ou alors pas suffisamment, pouvant soit entraîner des ajustements du projet, soit susciter l'abandon de cette identité.²

Dans le second cas, il est intéressant de voir quel contenu de formation et discours leur est transmis et comment y réagissent-ils ? Cela conforte-il ou remet-il en question la vision de

¹ Didier Chabaud *et al.*, « Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur. », art. cit., p.11

² Ce cas de figure ne s'est pas présenté dans notre échantillon

l'entrepreneuriat social qu'ils avaient au départ ? Quelle influence du fait d'être avec des pairs ?

Ces deux cas de figure seront traités tout au long du chapitre afin de mettre en avant les normes attendues pour qu'un projet d'entreprise social soit jugé légitime. Notre terrain, au travers des entretiens et de l'observation participante au sein du séminaire de formation de Live for Good, nous a permis de mettre en avant deux éléments principaux sur laquelle repose la légitimité entrepreneuriale-sociale, qui feront l'objet de nos deux premières parties.

Tout d'abord, la mission sociale que se donne l'entrepreneur et qui est au cœur du projet d'entreprise sociale. La non-reconnaissance de cette mission sociale comme étant acceptable retire de fait la légitimité entrepreneuriale-sociale.

Le modèle économique ensuite, dont les réseaux internes et externes font parti. Une entreprise sociale étant en effet avant tout une entreprise, celle-ci doit donc être viable économiquement et l'entrepreneur social doit être capable de le prouver en amont du lancement de son entreprise pour acquérir la légitimité entrepreneuriale-sociale.

Ces normes auxquelles l'entrepreneur social doit se conformer pour espérer avoir de la légitimité amènent à un retour sur soi, son identité et ses croyances profondes mais aussi ses contraintes : ces normes correspondent-elles finalement à leur quête de sens ? Coïncident-elles avec leurs aspirations profondes ? Sont-elles compatibles avec leurs contraintes, notamment financières ?

Nous verrons ainsi dans une troisième partie que ce retour à soi peut amener l'entrepreneur social face à des dilemmes auxquels il doit faire face.

Nous concluons sur l'idée que l'identité, permise par la légitimité, n'est jamais fixée mais qu'elle est constamment remise en jeu, avant d'ouvrir sur les perspectives d'une nouvelle recherche sur les entrepreneurs sociaux à d'autres stades de leur développement.

I- « Demandez-vous qu'est-ce que le monde perdrait si votre entreprise disparaissait » : Avoir une vision et une mission comme source de légitimité

Comme le disent la plupart des enquêtés, un entrepreneur social met son impact au cœur du projet, c'est ce qui le distingue des entrepreneurs « classiques ». La raison d'être d'une entreprise sociale est ainsi la volonté de répondre à une problématique sociale de manière nouvelle. « Une entreprise sociale se caractérise par sa finalité sociale, c'est-à-dire que son objet intègre la dimension d'intérêt collectif et d'utilité sociale. La mission première d'une entreprise sociale, sa raison d'être, c'est donc d'apporter des solutions au problème social qu'elle a repéré, et elle utilise pour cela des modalités économiques.»¹

Afin d'acquérir une légitimité entrepreneuriale-sociale, ce défi social auquel elle répond doit tout d'abord être défini et identifiable de manière claire. Il doit également être jugé par les acteurs du champ comme étant une problématique sociale d'une part, une problématique 'valant la peine' d'autre part, c'est à dire jugée suffisamment importante au vue de la hiérarchie de valeurs acceptée dans ce champ. Enfin, ce défi, ou plutôt la résolution de celui-ci est également jugé au vu de la 'quantité' d'impact généré et de son caractère innovant. C'est sur ces différents aspects que ce concentrera cette partie, en montrant qu'ils peuvent être source de frustration et d'appréhensions mais également d'adaptation du projet pour nos enquêtés.

¹ Catherine Léger-Jarniou, *Le Grand Live de l'Entrepreneuriat*, Dunod, 2013, p.328

A- La vision et la mission du projet au fondement de la légitimité

Comme nous l'avons dit, pour être légitime, le projet doit avoir une raison d'être aux yeux des autres, pas juste de soi, et plus particulièrement aux yeux des acteurs de l'entrepreneuriat social sur lesquels nous nous concentrons ici.

Ainsi, après s'être reconnu soi-même comme étant ou tendant à être un entrepreneur social, la première nécessité auquel l'entrepreneur doit se conformer est la formalisation de manière écrite de sa raison d'être, afin qu'elle puisse être communiquée aux autres. Celle-ci doit être formulée de manière courte et simple pour être comprise par le plus grand nombre.

La formalisation passe notamment par la définition de la *vision* et de la *mission* de l'entreprise que l'on veut créer.

Dans le cadre du campus Live for Good, la première journée était consacrée à la définition de soi et à l'identification de ses valeurs, ainsi qu'à la définition de son projet.

Ainsi, le module « Vision, mission, valeurs », donné par le président de Live for Good avait pour objectif de « *Donner un sens au projet et une raison d'être commune qui relie les parties prenantes* ».

Slide formation Live for Good¹

Votre Vision

C'est l'image de l'avenir souhaité...

Comment serait la situation si le problème était résolu ? Quelle situation aimeriez-vous obtenir dans 50 ans ?

Exemple de vision : Live for Good

Une vie pour le bien et pour de bon créée par une communauté d'entrepreneurs sociaux et d'entreprises sociales autosuffisante et à impact fort et planétaire

Votre mission

C'est la raison d'être du projet...

A quel problème souhaitez-vous apporter une solution ? Qui sont les **bénéficiaires** du projet ? Quel **impact** cherchez vous à produire ? **Comment** ?

Exemple de mission : Live for Good :

Révéler le potentiel des jeunes venus de tous horizons par l'entrepreneuriat social et le numérique

Exemples de formulation

¹ Ce qui est en gras ici était en gras sur la slide.

Proposer / offrir [identification de la prestation] à / pour [identification des bénéficiaires] visant [identification de l'impact]
Favoriser [identification de l'impact] à / pour [identification des bénéficiaires] grâce / avec / en proposant / par le biais de / via [identification de la prestation]

La formulation de la mission doit être courte et simple pour être comprise par le plus grand nombre. Nous retrouvons ainsi des codes de présentation de son projet qui sont clairement définis et énoncés.

Il s'agit d'un véritable exercice dans lequel la plupart n'est pas à l'aise pour trouver les bons mots exprimant ce qu'ils ont en tête, rester concis et parler au plus grand nombre. Ainsi, Maïmouna, dont le terme « fast fashion » lui semble si évident qu'elle a du mal à le définir, se trouve contrainte de le faire car une des coach présente ne comprenait pas ce terme et donc ne comprenait pas sa mission.

La *vision* met en avant la problématique sociale à laquelle on souhaite répondre à partir de l'illustration d'une société où ce problème n'existerait pas. La *mission*, étant l'action de l'entreprise permettant d'atteindre cet idéal, vient au service de la vision. Mais dans le cadre de la définition et de la présentation de soi, nous pouvons dire que la vision vient au service de la mission, dans le sens où elle justifie l'action, le 'combat' de l'entrepreneur social : elle explique la raison d'être du projet. Ainsi, au delà d'une mise en forme, il semblerait que ce soit des codes propres à la présentation de soi d'un entrepreneur social que cette formation nous donne à voir.

Néanmoins, il est intéressant de noter les exemples qui ont été donnés tout au long de cette formation. En effet, la plupart des exemples cités pour parler de la vision et de la mission étaient des grandes entreprises 'classiques' telles Ford, Coca-Cola ou encore Microsoft, symboles du capitalisme moderne, pouvant amener à penser que *vision* et *mission* ne sont pas le propre des entreprises sociales.

Slide de formation – Campus Live for Good (Jour 1)

Walmart, « Devenir numéro 1 mondial de la distribution mondiale »

Ford, « Démocratiser l'automobile au point que chaque famille puisse en disposer d'une »

Coca Cola¹ « Notre feuille de route commence avec notre mission, qui est durable. Elle déclare notre but en tant qu'entreprise et sert de norme à partir de laquelle nous considérons nos actions et nos décisions...

Rafraichir le monde

Inspirer des moments d'optimisme et de bonheur »

Créer de la valeur et faire la différence

Microsoft², avec au départ « Un PC sur chaque bureau et dans chaque foyer », aujourd'hui « Donner la capacité à chaque personne et à chaque organisation de la planète de réussir davantage »

Nous pouvons alors nous demander pourquoi citer des grandes entreprises en tout début de formation pour entrepreneurs sociaux et ne pas plutôt parler exclusivement d'entreprises sociales ?

Nous ne pouvons ici qu'émettre des hypothèses : il est possible que le choix ait été d'opter pour des entreprises étant connues de tous, afin qu'il soit plus simple d'y faire référence. Cela peut aussi traduire une hiérarchie entre les entreprises classiques et les entreprises sociales, ces dernières devant s'inspirer des premières pour réussir. Enfin, nous ne pouvons pas faire l'impasse sur la personne donnant cette formation, le président de Live for Good Jean-Philippe Courtois, qui n'est autre que le vice-président exécutif et président des ventes, du marketing et des opérations de Microsoft au niveau mondial³ (ce qui correspond à la position de numéro 2 de la multinationale). Etant donné le poste qu'il occupe au sein de Microsoft, il apparaît peu probable qu'il critique des grandes multinationales à l'image de celle pour laquelle il travaille. Au contraire, faisant le pont entre les deux au travers de cette formation, et étant lui-même une 'incarnation' de ce pont entre le privé et l'action pour l'intérêt public, rapprocher entrepreneuriat 'classique' et entrepreneuriat social légitime également sa position, ainsi que celle de toute son organisation dont il est le représentant.

Cet élément nous amène alors à prendre en considération le cadre dans lequel les normes sont transmises et notamment les acteurs donnant les formations. En effet, si l'on

¹ Traduit de l'anglais : « Our Roadmap starts with our mission, which is enduring. It declares our purpose as a company and serves as the standard against which we weigh our actions and decisions... To refresh the world, To inspire moments of optimism and happiness, To create value and make a difference »

² Traduit de l'anglais : « Empower every person and every organization on the planet to achieve more »

³ <https://news.microsoft.com/exec/jean-François-courtois-2/>

prend l'exemple de l'Avisé, parmi les exemples d'entreprises données dans son livret expliquant l'entrepreneuriat social, aucun ne fait référence à une entreprise 'classique'.

La transmission des normes propres à l'entrepreneuriat social peut ainsi différer en fonction du formateur, de sa propre vision mais aussi de ses intérêts.

Cela peut potentiellement avoir un impact sur la perception de soi en tant qu'entrepreneur social et la perception de son projet qu'il faut garder en tête, la validation ou l'invalidation de cette hypothèse pouvant faire l'objet d'une autre recherche¹.

Enfin, notons que dans la définition de *mission*, les trois termes « bénéficiaires », « impact » et « comment » sont mis en gras, montrant ainsi les trois points clés sur lesquels se base le jugement de la mission pour lui donner de la légitimité : le problème auquel l'entrepreneur social répond doit aider un groupe de personnes concernées par cette problématique, l'action devant permettre le changement de situation de ces personnes.

La mission étant définie et formalisée par l'entrepreneur social en respectant les codes dictés pour sa présentation, celle-ci doit faire écho auprès des personnes vers lesquelles l'entrepreneur s'adresse et doit être considérée comme valable, en premier lieu par les pairs et acteurs de l'entrepreneuriat social.

Cette viabilité dépend notamment de la nature du problème traité et les caractéristiques de ce groupe de personnes, de la « quantité d'impact » (la solution est-elle pertinente et permet-elle un changement de situation imputable à l'action important ?) et du caractère innovant de la solution.

¹ Nous pouvons par exemple imaginer une comparaison en observant deux formations données par différentes structures et en suivant l'évolution des participants en terme d'identité, de définition de l'entrepreneuriat social

B- Une mission qui doit être reconnue comme étant valable

Définir sa vision et sa mission est une chose, les confronter aux autres en est une autre. Le rêve de société idéale, le problème social qui tient à cœur et les bénéficiaires de l'action que l'on souhaite porter doivent en effet être reconnus et jugés valables par les autres, en commençant par les acteurs de l'entrepreneuriat social et ses pairs entrepreneurs sociaux. Car si ce n'est pas le cas, cela peut compromettre l'accès à des ressources nécessaires au développement du projet d'une part, remettre complètement en cause l'identité en tant qu'entrepreneur social d'autre part.

Or, il y a des causes, des problèmes sociaux qui sont jugés plus valables que d'autres en fonction de la société dans laquelle on se trouve mais aussi du champ que l'on occupe.

Les 17 objectifs de l'ONU pour le développement durable sont un exemple clair de causes jugées actuellement valables par les institutions internationales et de la hiérarchie de celles-ci.

Encadré 4. Les dix premiers objectifs de développement durable de l'ONU

Objectif 1 : Eliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde
Objectif 2 : Eliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable
Objectif 3 : Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge
Objectif 4 : Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie
Objectif 5 : Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles
Objectif 6 : Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau
Objectif 7 : Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes à un coût abordable
Objectif 8 : Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous
Objectif 9 : Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation
Objectif 10 : Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre

La cause défendue a donc tout intérêt à être, ou à se rapprocher, de ces grandes causes valorisées pour être acceptée par les autres mais aussi par soi, car on se définit également en fonction du regard des autres.

Carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 4 – formation « Construire une proposition de valeur efficace pour ses bénéficiaires et ses clients »

Le formateur est une personne très investie dans le handicap, notamment dans la production de prothèses pour personnes amputées. La plupart des exemples qu'il donne sont ainsi tournés vers le handicap.

En rentrant de pause, il nous montre une vidéo dans laquelle on voit des personnes sourdes entendant pour la première fois.

S'ensuit un débat sur la question du handicap : faut-il toujours trouver des solutions pour que les personnes en situation de handicap correspondent aux 'valides', ou faut-il plutôt axer les forces sur l'apprentissage aux 'valides' pour qu'elles puissent s'adapter aux personnes en situation de handicap (comme l'apprentissage de la langue des signes par exemple) ?

Mélina lève la main pour prendre la parole. Elle s'excuse d'avance pour les propos qu'elle va tenir, n'étant pas en rapport avec le débat.

Puis, elle explique qu'elle ne sait pas trop ce qu'elle fait là, qu'elle ne se sent pas à sa place. Car dans cette séance, on parle de personnes handicapées, de protection de l'environnement, de lutte contre la faim du monde, « alors que moi je travaille pour la valorisation des artistes », (en disant ça sur un ton dévalorisant), « j'ai l'impression que c'est nul »

Suite à son intervention, un autre participant, voulant la rassurer, lui dit « mais si, avec la précarité des artistes, tu agis dessus »

Cet extrait, où Mélina montre sa frustration aux yeux de tous, est révélateur d'une certaine hiérarchie de causes à défendre intériorisée.

Tout d'abord, elle exprime cette hiérarchisation intériorisée dans le cadre de socialisations précédentes en se dévalorisant : aider les artistes semble alors « nul » comparé à des thématiques comme le handicap, l'environnement et la faim dans le monde. Si l'on se réfère aux objectifs de l'ONU pour le développement durable en le considérant comme un possible indicateur des causes jugées acceptables au niveau mondial, la défense des artistes n'y est en effet pas inscrit, contrairement aux autres thématiques citées.

Cette hiérarchie des causes sociales est également exprimée par l'intervention suivant celle de Mélina faisant mention de la précarité des artistes. Il y a en effet l'injection d'une dimension qui semble plus valorisante dans le domaine du social : la précarité d'un certain groupe social, amenant à la lutte contre cette précarité. Ainsi, selon lui, pour que la cause défendue soit jugée acceptable, il ne doit pas s'agir d'aider tous les artistes confondus mais principalement les artistes souffrant d'une situation instable et précaire en valorisant leur travail.

Cet extrait révèle également l'importance de l'identification aux pairs pour pouvoir se définir en tant qu'entrepreneur social. Alors qu'elle pourrait se considérer comme étant entrepreneure sociale du fait d'avoir été sélectionnée dans le programme d'accompagnement de Live for Good et ainsi d'être reconnue en tant que tel par cette structure, elle se demande tout de même, 3 jours après le début de la formation, si elle est à sa place autour d'autres entrepreneurs sociaux dont les causes défendues semblent pour elle plus valorisées.

La légitimité que l'on se donne à soi-même dépend ainsi également de l'interaction entre ses propres cadres de perception, ses « construits perceptuels, sociocognitifs et évaluatifs »¹, qui correspondent dans ce cas à la hiérarchie intériorisée des causes sociales, et les pairs (ainsi que les acteurs de l'entrepreneuriat social).

Par ailleurs, alors que dans ce cas, c'est Mélina qui s'est remise en question d'elle-même, il peut arriver que ça soit directement une structure de l'entrepreneuriat social qui estime que la cause n'est pas suffisamment valable. Ainsi, alors que la personne s'est reconnue dans le terme d'entrepreneur social, les structures ne le reconnaissent pas comme tel.

Nous retrouvons ces personnes notamment parmi celles ayant postulées mais n'ayant pas été prises dans les programmes d'accompagnement car le projet fut considéré comme n'étant pas assez voire pas du tout social. Dans ce cas, l'une des réponses consiste à adapter le projet en y injectant une ou des causes jugée(s) valable(s) dans la hiérarchie des causes à défendre intériorisée par l'entrepreneur social.

Extrait entretien - Thomas

Et donc ça c'est quand tu as candidaté chez MakeSense pour leur incubation ?

Ils avaient organisés un apéro ou je sais pas quoi, une réunion d'information au SenseCube, j'y étais, il s'avère que je connais quelqu'un qui était passé au SenseCube qui m'a mis en relation avec la responsable, on a pris 5 minutes pour discuter elle m'a dit 'ton projet il est bien mais ça ne rentre pas dans nos cordes parce que ça. Parce que t'es un peu entre les deux quoi'. En fait pour eux, l'aspect social ne peut pas se résumer à une plateforme de financement pour eux. Alors c'est sur que ça c'est la première partie, je comprends.

Et à ça tu réponds que ?

¹ François Pailot *et al.*, « Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures », *art. cit.*, p. 41

Que mon business model repose sur le don, que j'aide les associations qui elles-mêmes sont créatrices de liens etc. Je réponds à une problématique.

Après il y en a une autre, mais pour le moment elle n'est pas applicable, c'est qu'il y a une volonté d'administrer les études par internet ou en face à face terrain. Et en face-à-face terrain, ce que j'aimerais, c'est tout bêtement que les enquêteurs soient dans un projet d'insertion ou de réinsertion. En fait j'aimerais que la personne que tu vois dans le métro en train de faire la manche, au lieu de dire « bonjour messieurs, auriez-vous l'amabilité de me donner une petite pièce ou un ticket restaurant », que la personne puisse te dire « bonjour messieurs dames, je travaille pour (...), anciennement SDF, je suis dans un programme de réinsertion. Donnez moi de votre temps, ça m'aidera grandement », tu vois un truc comme ça. Mais ça c'est encore trop compliqué à mener. Il faut que je trouve les structures pour m'aider, je ne peux moi tout seul mener de A à Z un projet d'insertion/réinsertion.

Dans cet extrait d'entretien, Thomas explique qu'une structure d'accompagnement n'a pas considéré son projet comme étant socialement valable. Restant sur sa position pour expliquer le caractère social de son projet (« j'aide les associations qui elles-mêmes sont créatrices de lien, je réponds à une problématique »), il donne un autre élément permettant de légitimer son projet : l'idée d'avoir un axe d'insertion/réinsertion dans le cadre de son projet. Ce n'est qu'au bout d'une heure trente d'entretien qu'il mentionne cet aspect et cela fait suite à l'évocation de la remarque faite par la responsable d'un programme d'accompagnement. Cet aspect n'étant pas présent lorsqu'il explique l'émergence de l'idée du projet, nous pouvons analyser sa réponse comme étant une adaptation afin de se conformer aux codes de l'entrepreneuriat social. Il a ainsi injecté la notion d'insertion/réinsertion des personnes sans domicile fixe, qui serait une cause socialement plus valorisée (nous pouvons la rattacher à l'objectif de l'ONU de lutter contre une forme de pauvreté).

La hiérarchie intériorisée des causes sociales suivie de la confrontation aux projets des autres, de même que la confrontation avec les structures de l'entrepreneuriat social, amènent alors à des questionnements identitaires mais aussi à des ajustements afin de rentrer dans les normes attendues et donc d'avoir une légitimité entrepreneuriale-sociale.

La mission sociale doit enfin avoir un impact jugé suffisant et être innovante pour pouvoir être légitime au sein du champ de l'entrepreneuriat social.

C- Un projet qui doit avoir de l'impact et être innovant

« Qu'est-ce que le monde perdrait si votre entreprise disparaissait ? » est une question à laquelle Jean-Philippe Courtois invite à réfléchir les jeunes entrepreneurs sociaux présents au Campus Live for Good. Car en effet, ce n'est pas seulement l'adhésion et la défense d'une cause jugée valable qui est nécessaire pour légitimer l'entreprise sociale, c'est aussi l'impact des actions menées et son caractère innovant. L'entrepreneur social doit ainsi également démontrer que son projet apporte une solution innovante à un problème social et un impact, celui-ci devant être suffisamment fort.

Certaines structures comme MakeSense ne parlent d'ailleurs plus d'entrepreneurs sociaux mais d'entrepreneurs ou de projets *à impact* : nous pouvons ainsi lire dans leur appel à projet « Le monde a besoin d'entrepreneurs à impact »¹, ou encore « Lancer, accélérer, développer votre projet à impact »².

Pour définir le terme d'impact, l'AVISE reprends la définition du CSESS : "L'impact social consiste en l'ensemble des conséquences (évolutions, inflexions, changements, ruptures) des activités d'une organisation tant sur ses parties prenantes externes (bénéficiaires, usagers, clients) directes ou indirectes de son territoire et internes (salariés, bénévoles, volontaires), que sur la société en général. »³

Autrement dit, il s'agit de tout changement de situation (positif comme négatif) initial des parties prenantes qui est imputable aux actions menées.

Avant même le lancement du projet, cet impact (autant qualitatif que quantitatif) doit être pensé, ainsi que sa mesure, et doit être perceptible par l'interlocuteur, surtout si celui-ci dispose de ressources nécessaires au développement du projet comme c'est le cas pour des structures d'accompagnement ou des financeurs.

L'impact est d'ailleurs au premier plan dans les appels à projets de structures accompagnant des entrepreneurs sociaux. Antropia ESSEC dit ainsi « accompagne[r] les entrepreneurs à fort

¹ https://www.facebook.com/makesenseforentrepreneurs/?fb_dtsg_ag=Adw-gg89uoQia6r8yUvnmblM_TGko0Lfu8h3-15HHMZKig%3AAadmriPMqjBnFBw8THU8DpDEwa5nnl116zkGdboyETwOvg (publication du 3 Septembre)

² <https://entrepreneurs.makesense.org/>

³ <https://www.avise.org/articles/impact-social-de-quoi-parle-t-on>

impact social et/ou environnemental ». Quant à MakeSense, les critères de sélection affichés pour leur programme Test&Learn sont les suivants :

*« Le potentiel d'**impact** social ou environnemental, la maturité du projet (vous devez être au moins en **phase de prototypage**), la possibilité du projet à **changer d'échelle**, la **motivation**, la **crédibilité** des porteurs de projet et le **réalisme** du projet présenté. »¹*

C'est bien l'impact qui est cité en premier lieu, avant même la motivation et le réalisme du projet. L'entreprise a d'autant plus intérêt à avoir un gros potentiel d'impact pour acquérir rapidement de la légitimité et donc pour pouvoir se développer au mieux et au plus vite.

Extrait d'entretien - Thomas

J'avais candidaté à Antropia et GSVC, c'est un concours porté par l'ESSEC, c'est un concours de business plan de projets sociaux organisé par l'ESSEC pour l'Europe ou l'Afrique. Et ça c'est du lourd. Il faut avoir un projet qui a un gros gros impact pour espérer arriver en finale mondiale, parce que derrière, en terme d'apports, c'est simple, t'as l'accompagnement de Deloitte et de différentes structures, t'as un espèce de bootcamp pendant 10 jours où t'es en tête à tête pour préparer la finale mondiale, et alors là tu gagnes la finale mondiale, pompelup, 100 000 balles, de l'accompagnement pendant un an de différentes structures, la visibilité n'en parlons pas. L'année où j'ai candidaté, ceux qui sont passés, c'est Greenminding, c'est des cendriers où tu votes en même temps, et l'autre c'était SolarPack, un sac à dos avec un panneau solaire et une lampe pour répondre à la question de l'insécurité à cause du manque d'éclairage.

Est-ce que tu as eu des retours sur tes candidatures ?

Oui, tu reçois une fiche de retour sur ton dossier. Je ne sais plus si c'était Antropia ou GSVC, enfin c'est la même structure de toute façon, c'est l'ESSEC. Et moi c'était la problématique de l'impact, parce que c'est pas un gros impact comme peut avoir le sac à dos.

Dans le cas de cet appel à projet évoqué par Thomas, la récompense est très importante, ce qui expliquerait l'attente par la structure organisatrice d'un impact très important. Or, comme il le dit, le problème de Thomas, d'après les retours qui lui ont été fait, est la question de l'impact, qui n'est pas jugé suffisamment important. Il n'a pas passé la première étape de cet appel à projet. Nous pouvons faire le lien avec l'activité d'insertion/réinsertion qu'il souhaite injecter dans son projet : en plus de rajouter une cause à défendre jugée acceptable, cela lui permet également d'avoir un impact plus facilement identifiable car plus direct contrairement à la seule redistribution de dons aux associations dont les impacts sont indirects et donc plus

¹ <https://entrepreneurs.makesense.org/candidatures/>

difficilement identifiables. Cet ajout pour pouvoir adapter son projet répond donc à un double enjeu.

Cet extrait montre également comment la candidature et notamment le refus représentent un moment de socialisation aux normes de l'entrepreneuriat social qu'il ne faut pas négliger.

Enfin, la légitimité d'une entreprise sociale reposerait sur son caractère innovant à répondre à une problématique sociale ou environnementale en ayant identifié un manque mais qui n'est comblé par personne. L'innovation se met ainsi au service d'une cause et de l'impact. Car la société ne perdrait rien à la disparition de l'entreprise si une autre propose déjà la même chose. Précisons que ce caractère innovant peut aussi bien être en terme d'offre et donc de la production de nouveaux produits ou services, qu'en terme de production.

Dans les critères de sélection de Live for Good pour le Campus, le projet (qui comptait 40 % de l'évaluation) était évalué au travers des critères suivants : « la définition du besoin et des parties prenantes, le caractère innovant de la solution, son potentiel d'impact, la viabilité économique (potentielle) »¹. Le caractère innovant de la solution arrive ainsi en seconde position, avant même la viabilité économique, montrant ainsi tout son poids dans la légitimité entrepreneuriale-sociale.

Ayant un poids dans cette légitimité que cherche à acquérir l'entrepreneur social, ce caractère innovant est alors également important en terme d'identité : nous n'avons pas rencontré ce cas de figure lors des entretiens et de l'observation participante, mais nous pouvons supposer qu'une personne qui s'identifie comme étant un entrepreneur social à qui l'on dit que le projet existe déjà tel quel peut être en proie à des questionnements identitaires car cela remet en cause la pertinence de l'existence de son projet et donc de son existence en tant qu'entrepreneur social. Il devra ainsi adapter son projet pour pouvoir se démarquer des autres s'il veut acquérir de la légitimité entrepreneuriale-sociale.

¹ Critères envoyés aux membres du comité de sélection des projets par mail

Cette partie avait pour but de montrer les premiers codes auxquels doit se conformer un entrepreneur social pour que son projet soit considéré comme légitime auprès des agents de l'entrepreneuriat social, à savoir une mission jugée suffisamment valable, impactante et innovante. La confrontation entre l'idée de ce qu'est un entrepreneur social et les codes nécessaires pour être considéré comme tel par le champ de l'entrepreneuriat social peut amener à des ajustements du projet afin de le rendre conforme, mais peut également être source de doutes et de frustrations en terme d'identité pour les entrepreneurs. La place du ou des formateur(s) a toute son importance car il a une certaine vision et certains intérêts.

Au delà de la confrontation avec les codes, c'est aussi la confrontation avec les pairs et les catégories déjà intériorisées qui peuvent amener à des questionnements identitaires et des ajustements.

Il ne faut néanmoins pas perdre de vue qu'une entreprise sociale est avant tout une entreprise : comme nous pouvons le voir dans les critères énoncés par Live for Good, la viabilité économique a également toute son importance, une entreprise sociale étant avant tout une entreprise.

II- « Une entreprise sociale est avant tout une entreprise » : La nécessité de définir un modèle économique viable et de développer son réseau pour être légitime

Pour que le projet soit jugé acceptable et palier le manque de légitimité, il est nécessaire d'avoir un modèle économique qui tient la route. « Comme son nom l'indique, **une entreprise sociale est avant tout une entreprise**. Cela suppose, comme dans toute démarche de création d'entreprise, de fonder son projet sur un modèle économique viable (...) Contrairement aux stéréotypes, une entreprise sociale doit produire de la valeur, dégager des excédents et se développer sur le plan économique - au même sens qu'une entreprise 'classique' ». ¹Ainsi, certaines normes du champ de l'entrepreneuriat social empruntent aux normes du champ de l'entrepreneuriat 'classique' pour définir ce qu'est une entreprise sociale légitime.

Afin de définir son modèle économique d'entreprise sociale, l'outil de référence est le « Social Business Model Canvas » (SBMC). De quoi est-il composé et que traduit-il sur la conception de l'entrepreneuriat social ? Cela sera l'objet de la première sous-partie.

La légitimité passe également par le réseau que l'on possède, qui peut s'inscrire dans le modèle économique. Le réseau externe d'une part : être formé par des personnes reconnues dans différents domaines, avoir un nombre de partenaires et de clients importants et/ou 'prestigieux' etc. Nous verrons dans une seconde sous-partie comment est appréhendée la question du réseau et ce qu'apportent les programmes d'accompagnement pour compléter les réseaux sociaux (inégaux) des porteurs de projet.

Réseau interne d'autre part car il faut savoir s'entourer d'une équipe partageant les mêmes valeurs, et étant complémentaire, tout en acquérant les compétences pour pouvoir gérer cette équipe : cela sera l'objet de la troisième sous-partie.

¹ AVISE, Entrepreneuriat social, de quoi parle-t-on ? <https://www.avise.org/decouvrir/entrepreneuriat-social/de-quoi-parle-t-on>

A- Avoir un « social business model » avec l'offre commerciale et les clients au cœur

Comme pour toutes les entreprises, les entreprises sociales doivent concevoir un mode de fonctionnement économique et organisationnel permettant le lancement et la pérennité de l'entreprise.

Encadré 5. Un projet économique viable selon le site de l'AVISE

Un projet économique viable

Comme son nom l'indique, **une entreprise sociale est avant tout une entreprise.** Cela suppose, comme dans toute démarche de création d'entreprise, de fonder son projet sur un modèle économique viable, induisant :

- la prise de risques et l'innovation
- la production de biens et/ou de services
- la création de richesse et d'emplois
- l'apport d'une réponse à un besoin
- l'indépendant vis-à-vis des pouvoirs publics

Contrairement aux stéréotypes, une entreprise sociale doit produire de la valeur, dégager des excédents et se développer sur le plan économique - au même sens qu'une entreprise « classique ».

Il s'agit d'un mode de fonctionnement que l'on demande de formaliser par écrit au travers de deux principaux outils : le « Social Business Model Canvas » et le « Business Plan ». Ces deux outils ont une fonction organisationnelle pour l'entrepreneur, lui permettant d'avoir un plan des actions futures à mener et d'avoir une idée plus claire du projet et de la forme qu'il pourrait prendre, mais il s'agit également (surtout) d'un outil de communication permettant de pouvoir justifier de son projet, sa viabilité et sa robustesse auprès de potentiels partenaires et financeurs.

Encadré 6. Explications du SMBC par Live for Good

Explications du SMBC par Live for Good sur le support du livrable

Le Social Business Model Canvas décrit la façon dont votre projet peut se mettre en œuvre et délivrer de la valeur tant économique que sociale et environnementale.

La partie du haut représente la définition du besoin de société auquel vous souhaitez répondre et votre mission sociale. La partie centrale correspond à l'offre. Il s'agit de formuler le comment, comment vous allez répondre à répondre à votre enjeu de société, c'est-à-dire quel est ou quels sont les produits et les services que vous souhaitez proposer. La partie de droite permet de définir à qui votre projet va s'adresser et que impact vous visez.

La partie de gauche va se concentrer sur la mise en œuvre de votre projet, à savoir les activités clés, les ressources dont vous avez besoin, les partenariats stratégiques que vous devez nouer.

La partie du bas correspond aux coûts inhérents au projet et les sources de revenus nécessaires pour vous financer.

Tableau 5. Structure du Social Business Model Canvas

Constat					
Partenaires stratégiques	Activité clés	Offre	Canaux de distribution	Clients	Impacts
	Ressources clés		Relation	Bénéficiaires	
Structure de coûts			Source de revenu		

Intéressons-nous à la structure du SMBC : tout en haut est placé la mission de l'entreprise sociale, apparaissant comme primordiale. Ce qui est central dans le SMBC est la « proposition de valeur », c'est à dire le produit ou le service proposé par l'entrepreneur, répondant à la problématique social et se distinguant de ce qui existe déjà. Cette centralité a pu être source d'étonnement, voire de désaccord de la part de certains.

Carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 2 – Formation « Forum : A la découverte des autres entrepreneurs »

On nous présente la structure du SMBC. En voyant que l'offre est placée au centre, Stéphane chuchote à notre table « je ne comprends pas pourquoi la mission sociale et l'impact ne sont pas au centre. Pourtant c'est le cœur du projet. Moi, j'aurai mis la mission et l'impact au cœur, pas tout à droite ! ».

Mélina, qui était à sa gauche, hoche de la tête pour montrer qu'elle est d'accord avec ça. Mais personne n'a pris la parole pour exprimer ce désaccord.

(...)

Lorsque nous devons faire notre SMBC sur paperboard pour ensuite le mettre à la vue de tous, j'ai constaté que Stéphane avait tout de même placé son impact au centre, ne respectant pas la structure initialement donnée

Car en effet, l'impact attendu et les indicateurs pour les mesurer se situent tout à droite du modèle. Cette remarque de la part de Stéphane montre la confrontation entre l'idée de l'entrepreneuriat social qu'il se fait et dans laquelle il s'identifie et la manière de légitimer son

projet auprès des autres, ce qui n'est pas toujours en phase et nécessitant donc des ajustements pour se conformer au modèle.

Le fait qu'il ait chuchoté et n'ait pas osé la confrontation avec le formateur montre bien tout l'ordre hiérarchique intériorisé entre le formateur, professionnel du champ, et la personne en position d'apprentissage, profane se voulant nouvel entrant de ce champ.

Néanmoins, dans le SMBC qu'a dessiné Stéphane sur sa feuille de paperboard, il a mis au centre son impact : nous pouvons supposer que l'ajustement n'ait ainsi pas eu lieu à l'instant T, au moment de la formation, mais qu'elle aura probablement bien lieu, le livrable attendu par Live for Good (qui sert également d'évaluation pour accéder au prix Gabriel) nécessitant de mettre au centre sa proposition de valeur. Au delà de la simple forme, ce que révèle ce SMBC c'est que le centre du modèle économique est avant tout la production de valeur, ce qui peut être contradictoire avec l'idée qu'il s'agit du bénéficiaire ou de l'impact qui lui relève de la finalité.

A droite de la proposition de valeur se trouve une distinction à faire entre le client et le bénéficiaire, distinction qui n'était pas évidente pour tous. Ainsi, Agnès considérait les élus qu'elle formerait dans le cadre de son projet comme des clients, alors qu'ils devraient être considérés comme les bénéficiaires de l'action, les clients étant les collectivités : les clients sont finalement ceux qui paient. La distinction permet surtout d'identifier les clients, source principale de financement. Dans l'une des formations, le formateur insistait sur ce point : « Celui qui est au cœur de votre projet, c'est votre client ! S'il n'y a pas de clients, il n'y a pas d'entreprise ». Le SBMC accorde ainsi, comme pour une entreprise classique, une place primordiale aux clients qui vont permettre de générer un certain revenu permettant de faire vivre l'entreprise sociale et l'entrepreneur.

Il s'agit alors par la suite de réfléchir à la proposition de valeur sous l'angle du client, et non pas sous l'angle du bénéficiaire.

Extrait d'entretien - Lisa

Est-ce que tu te reconnais dans le terme « entrepreneure social » ?

(Rires) Euh... de plus en plus. Après, je pense que ça se peaufine au cours du temps. Dans ma fiche de jury de challenge ton projet, il y a écrit « statut entrepreneurial à acquérir encore », mais voilà, je pense que ça va venir. Mais oui, maintenant j'ai envie de me dire entrepreneure en tout cas.

D'après ce qu'ils t'ont dit et toi ce que tu en as compris, c'est quoi le statut entrepreneurial ?

Pour moi, enfin dans l'optique de mon projet ça serait de proposer un service, proposer une presta de manière totalement décomplexée, que ça soit au niveau de mes compétences, au niveau financier etc. Au niveau de la valorisation on va dire, donc valorisation des compétences et valorisation monétaire. Et le fait de l'amener comme ça et de le présenter et tout. Là j'ai fait un travail sur l'aspect financier parce que avant, genre pour mes fouilles je n'ai jamais été payée par exemple. Ca a été défrayé mais je n'ai pas été payée et j'ai jamais osé demander une rémunération. Là maintenant pour moi c'est nécessaire pour valoriser mon travail, pour que mon travail ait de la valeur aux yeux des gens, qu'il soit rémunéré et à sa juste valeur. Voilà maintenant c'est ça. Avant c'était « ah mais j'ose pas me vendre », (le dit d'une manière dévalorisante) et maintenant ce n'est même pas j'ose pas me vendre, c'est valoriser mon travail. Et là je pense que ce qu'il faut que je travaille encore c'est la manière d'amener les gens vraiment dans la spirale, d'avoir vraiment une offre en fait, de dire voilà, vous avez ça, moi je peux vous proposer ça. D'être plus commerciale en fait, d'avoir la fibre commerciale de l'entrepreneur on va dire. C'est ça qu'il faut que je bosse. Je suis entrain de le bosser la avec ma marraine.

Lisa dit avoir du mal à se définir comme étant entrepreneure car, suite à une interaction avec un jury, il en est ressorti qu'elle n'avait pas encore le « statut entrepreneurial », ce que l'on peut traduire par la légitimité entrepreneuriale et donc, par extension, la légitimité entrepreneuriale-sociale si l'on considère que celle-ci va dans le prolongement de la première.

Pour acquérir cette légitimité, il est nécessaire de proposer une offre qui soit rémunérée, chose dont Lisa n'a pas l'habitude de faire. C'est d'ailleurs la rémunération même qui ferait la valeur du produit ou du service proposé quand elle nous dit « pour que mon travail ait de la valeur aux yeux des gens ». Il faut ainsi qu'elle intègre la dimension commerciale dans son projet, mais aussi dans son identité afin d'acquérir « la fibre commerciale de l'entrepreneur ». Elle répète par ailleurs plusieurs fois l'idée qu'elle doit faire un travail sur elle-même (« j'ai fait un travail », « il faut que je bosse », « je suis entrain de le bosser ») pour acquérir cette légitimité passant ainsi par un ajustement de soi et de son projet.

Ce focus sur le client et l'offre commerciale amènent à réfléchir à deux postulats ancrés dans le « social business model » :

- *Ne pas compter sur les subventions de l'Etat et s'assurer d'être autonome.* Cela fait référence à la naissance de l'entrepreneuriat social dans les pays anglo-saxons, qui répondait à une baisse des dépenses publiques. Dans son discours d'introduction au Campus, le président disait très clairement « vous êtes des *social business*, pas des

associations », en disant ceci non pas dans le sens des statuts juridiques mais dans l'idée que les associations dépendent classiquement des subventions, des dons et adhésions. A qui cela profite-t-il ? Comme l'indique S. Boutillier, en favorisant le développement d'entreprise répondant à des défis sociaux, c'est comme si l'Etat organisait sa propre négation¹. Finalement, il s'agit d'entreprises créatrices de richesses (même si moindre que les entreprises classiques), d'emplois et trouvant des manières nouvelles de répondre à des besoins sociaux pour l'intérêt général, dont l'Etat est pourtant censé être le garant.

- *La lucrativité limitée / la non-recherche de la maximisation du profit dans le cadre du social business.* Car il faut certes se trouver des clients prêts à payer pour le produit ou le service proposé, mais les revenus engendrés doivent être au service de l'impact social. Ainsi, les profits réalisés doivent être réinvestis pour le fonctionnement de la structure et non pas aller au seul profit des dirigeants. Il n'y a pas de législation sur la question, sauf pour des formes juridiques particulières, faisant de cette question un élément très flou, ne suscitant pas de questionnements de la part des jeunes. Le site de l'Avise nous donne néanmoins à voir quelques exemples de normes dans lesquelles les entrepreneurs sociaux devraient se retrouver.

Site de l'AVISE

Une lucrativité limitée et une gouvernance démocratique

Parler de lucrativité limitée ne veut pas dire que l'on s'affranchit de la notion de rentabilité. Par contre, la rentabilité devient un moyen au service du projet social de l'entreprise. Les entreprises sociales s'attachent à garantir une répartition équitable des excédents, en donnant la priorité au développement du projet d'entreprise. Nombre d'entre elles fonctionnent selon des logiques de **partage et de redistribution du pouvoir et du capital**.

Voici quelques logiques de fonctionnement autour desquelles les entrepreneurs sociaux se retrouvent :

le processus de décision n'est pas fondé sur la propriété du capital

la rémunération du capital est limitée

les excédents sont mis au service des hommes et du projet

l'échelle des salaires est encadrée

¹ Sophie Boutillier, « L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ? », *Humanisme et Entreprise* 2008/5 (n° 290), p. 41-60

Comme dit dans le premier chapitre, lors des entretiens, la question de l'argent a toujours été mentionnée en terme de survie (« il faut bien que je vive », « il faut que je paie mon loyer et les frais de nourriture » etc.). Cela peut être considéré comme une intégration de la notion de lucrativité limitée et/ou de l'intériorisation de l'idée que l'on ne peut pas se faire de l'argent sur une cause sociale.

Par ailleurs, il est intéressant de noter que, à la question « qui a déjà entendu parler du social business model canvas ? » lors de la formation Live for Good, seules quelques mains sont restées baissées.

Nous avons en effet des diplômés de grandes écoles de commerce (notamment de l'ESSEC, HEC) qui ont pu aborder ces points en cours, nous pouvons aussi supposer que certains ont suivi des formations notamment via internet et/ou des cours en ligne comme le MOOC de Ticket for Change. A partir de ces connaissances, certains ont même pu réaliser au préalable leur SBMC. Pour eux, le fait de se confronter à nouveau à des structures de l'entrepreneuriat social, ici avec Live for Good, constitue une remise en jeu de la légitimité entrepreneuriale-sociale permettant de confirmer et/ou d'affiner le projet et l'identité ou au contraire de perdre la face, engendrant une remise en question identitaire.

Il faut en effet garder en tête que la légitimité et l'identité ne sont jamais acquises une fois pour toutes et sont continuellement remises en jeu, tout au long de la carrière de l'entrepreneur social.

Nous avons ainsi vu à partir du SBMC que l'offre et le client prêt à payer cette offre ce est au centre du modèle économique, instaurant ainsi une logique commerciale pouvant aboutir à une adaptation de soi et de son projet pour apparaître légitime.

Dans ce SMBC apparaît également la notion de réseau au travers des « partenaires stratégiques » mais aussi des « ressources clés » dont font notamment partie les membres de l'équipe du projet. Le réseau est donc également source de légitimité pour les entrepreneurs sociaux, ce qui fait l'objet de nos deux prochaines sous-parties.

B- Développer son réseau externe pour être légitime

Le développement du réseau apparaît également nécessaire pour que le projet devienne légitime à ses propres yeux et aux yeux des agents de l'entrepreneuriat social, car il lui donne notamment plus de chance d'être viable économiquement.

Cela passe notamment par le fait de s'entourer de personnes « qui s'y connaissent » comme dit Thomas pour palier au manque de connaissances, mais aussi d'avoir dans son carnet d'adresses les noms de grandes structures grâce à un organisme accompagnateur et de pouvoir le montrer.

Ainsi, au delà de seulement proposer un accompagnement sur les aspects techniques (rédaction du SMBC, présentation du projet, prototypage etc.), les structures d'accompagnement constituent en elles-mêmes et par leurs réseaux une source de légitimité pour les entrepreneurs sociaux. Elles sont « le vecteur d'une mise en relation des jeunes entreprises avec des ensembles de partenaires de nature différente. »¹ permettant aux entrepreneurs de « bénéfici[er] de réseaux existants, sans avoir à investir des ressources pour y accéder. »²

Carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 5, dans le métro parisien, sur le chemin du retour

Lilly nous exprime ses sentiments quant au fait d'avoir été au CEDEP, se trouvant juste à côté de l'INSEAD :

« A côté, c'est l'INSEAD. Là-bas, il y a des MBA à 100 000€ ! T'imagines, nous on a payé 200€ et on a reçu des formations de professeurs de l'INSEAD ! »

Maïmouna enchaîne « Je vais mettre à jour mon profil LinkedIn, et je vais mettre que j'étais au CEDEP. »

Ce à quoi je réponds 'oui, j'ai vu le profil d'Aurélie, elle a partagé un post du CEDEP sur linkedIn'

Maïmouna me réponds alors : 'Ah bah oui, elle a raison, c'est comme ça qu'il faut faire ! ».

¹ Didier Chabaud *et al.*, *Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur*, art. cit., p.14

² *ibid.*

Cet extrait du carnet d'observation révèle bien l'idée d'un accès 'à moindre coût' grâce à Live for Good à des formations données par des professeurs d'une école réputée et chère à laquelle aucune n'aurait pu accéder avec leurs statuts respectifs actuels.

Mais au delà d'en avoir conscience et de s'en réjouir, apparaît la volonté de mettre en avant cette expérience et spécifiquement la structure dans laquelle elle a eu lieu sur leur profil de réseaux sociaux professionnels sur internet tels que LinkedIn ainsi que de montrer qu'elles sont en lien avec cette structure en partageant ses posts¹. On y voit alors un enjeu de légitimité, notamment dans le cas de Lilly et Maïmouna qui n'ont pas de formation en entrepreneuriat et en gestion (respectivement formation en informatique et formation en physique-chimie), mais aussi d'Aurélié, la benjamine de la promotion, âgée seulement de 18 ans, qui s'est empressée de partager les posts du CEDEP. On peut en effet faire l'hypothèse que cette mise en avant apparaît moins nécessaire pour ceux qui viennent d'école de commerce réputée comme l'ESSEC ou HEC.

Cette légitimité qu'apporte les structures d'accompagnement se fait au travers de leur nom et réputation mais aussi au travers de leur réseau, ce qui constitue d'ailleurs une véritable attente des entrepreneurs sociaux ayant intériorisé l'enjeu du réseau comme source de légitimité :

Extrait d'entretien - Lisa

Qu'est-ce que tu attends de l'Institut de l'engagement ?

Avoir un accompagnement, me sentir un peu poussée dans le dos, avoir toujours un regard critique sur mon projet mais bienveillant, ça c'est méga important, et puis ils ont pas mal de partenaires notamment par exemple les musées nationaux, ou bien le MUCEM, ou bien la fondation Saint-Exupéry pour l'enfance et la culture, ce genre de choses. J'attends d'eux aussi peut-être la crédibilité. Je sais que moi quand je viens en tant que volontaire Service Civique Unis-Cité, avoir la casquette Unis-Cité ça veut dire faire partie d'un truc un peu plus grand que moi et ça donne vachement d'aplomb. Là faire partie de l'institut de l'engagement, c'est avoir un institut reconnu avec énormément de partenaires derrière qui soutient mon projet et tout donc je pense que en terme de crédibilité c'est super important pour moi, et en terme d'accompagnement, et en terme de partenariats. Voilà.

¹ Partager ses posts signifie partager à son réseau l'un des contenus mis sur le profil d'une personne ou d'une structure avec qui l'on est en lien. Le partage de post peut avoir plusieurs fonctions et significations en terme de présentation de soi sur internet, comme par exemple montrer ses opinions en approuvant ou désapprouvant le post ou ici montrer que l'on est en lien avec la structure car le post nous mentionne (directement ou indirectement)

Dans cet extrait d'entretien, Lisa fait passer deux éléments apportant de la légitimité selon elle : Le fait d'appartenir à une structure d'accompagnement, qui implique que lorsqu'elle présente son projet, elle dit faire partie d'Unis-Cité : une structure importante dans le milieu associatif qui lui permet d'avoir « vachement d'aplomb ». Le projet n'est ainsi pas porté que par elle seule, il est soutenu par une grosse structure reconnue : « c'est faire partie d'un truc plus grand que moi ». Par ailleurs, entrer dans un programme d'accompagnement suppose d'avoir été sélectionné par celui-ci parmi plusieurs autres projets, apportant d'autant plus de crédibilité. Cela rejoint ainsi l'analyse de D. Chabaud *et al.* : « Entrer dans un incubateur, tout comme réussir un concours de création d'entreprise, nécessite de passer par une étape de sélection, ce qui participe effectivement à la construction de la légitimité »¹

Le fait également de pouvoir permettre d'entrer en contact avec un réseau de partenaires divers et souvent jugés hors de portée, permettant ainsi un cercle vertueux : il est légitime d'aller parler à ces structures car étant soutenu par le programme d'accompagnement partenaire. Ces structures pouvant elles-mêmes donner accès à un autre réseau en accordant encore plus de crédibilité au projet et ainsi de suite. Elles permettent ainsi « la création de contacts qualifiés et accroît leur crédibilité vis-à-vis de certains réseaux. L'obtention d'un label, via l'incubateur, ressort comme une dimension cruciale de l'accompagnement »².

Le réseau externe apparaît alors comme une manière de présenter son projet et de le légitimer, en plus qu'il donne des ressources permettant de lancer son projet.

Les programmes d'accompagnement constituent alors une ressource importante pour pouvoir y accéder. Néanmoins, faire partie de ces programmes nécessite au préalable certaines dispositions pour pouvoir présenter son projet au mieux avec sa vision, les impacts, le modèle économique envisagé etc. Cela peut expliquer la forte représentativité de personne ayant fait de longues études, notamment dans des grandes écoles de commerce ou d'IEP. Or, ces personnes, par leur école et leur capital social de manière générale, disposent à priori déjà d'un réseau important (par des liens forts et des liens faibles), et la probabilité qu'ils accèdent aux réseaux escomptés est alors plus élevée que d'autres dont le capital social serait moindre. Nous pouvons donc faire l'hypothèse qu'il ne s'agit alors pas seulement, pour la plupart

¹ Didier Chabaud *et al.*, *Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur*, art. cit., p.12

² *Ibid.*, p. 11

d'entre eux, d'être légitimé grâce à leur réseau, qu'ils finiraient pas acquérir, mais également et surtout de l'être *rapidement* pour pouvoir lancer et développer leur activité au plus vite et se sentir légitime de le faire. La question du temps se révèle en effet cruciale, comme nous le verrons dans la troisième partie de ce chapitre.

C- Développer son réseau interne : l'entrepreneur comme chef d'orchestre d'une équipe

Lorsque, dans le 'Start-Up book' mis en place par Live for Good, livre écrit à plusieurs voix par les participants du Campus, on demande ce qu'ils ont retenus (dans l'optique de pouvoir transmettre aux autres), Arthur, qui est seul dans son projet, écrit :

« Les meilleurs entrepreneurs sont ceux qui savent aller chercher les compétences qu'ils n'ont pas chez l'autre afin de faire grandir à plusieurs un seul et même projet. »

Il fait référence à une formation donnée par Joe Tabet intitulée « Entrepreneur et organisation ».

Trouver les compétences chez l'autre pas seulement à travers un réseau externe mais aussi par la constitution d'une équipe. Dans cette formation, l'idée en effet admise est qu'un entrepreneur ne pouvant pas être excellent partout, il doit être capable de constituer une équipe de personnes complémentaires et savoir la manager.

Cela est confirmé dans une autre formation, celle sur le pitch¹ du projet pour être capable d'avoir des investisseurs :

Carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 5 – Formation « Convaincre ses interlocuteurs avec la méthode Winning Pitch »

Le formateur diffuse une vidéo avec plusieurs investisseurs de différentes boîtes exprimant ce qu'ils attendent d'un entrepreneur demandant des fonds.

Parmi les éléments donnés, la question de l'équipe m'a marqué puisque c'est ce qui a semblé interpeller plusieurs personnes étant seule dans leur projet et qui cherchent à constituer une équipe. Faouzia, qui était à côté de moi à ce moment là et qui est toute seule sur son projet, pose une question à voix basse, comme si elle se la posait à elle-même : « et on fait comment quand on est tout seul ? »

A la suite de la vidéo, une personne interpelle le formateur en lui demandant s'il fallait venir à plusieurs pour présenter son projet à des investisseurs.

Ce à quoi le formateur répond que oui, parce que cela montre que plusieurs personnes avec des spécialités différentes sont sur le projet, ce qui est signe de solidité.

Ainsi, avoir une équipe fait également partie des normes attendues d'un projet, ce qui lui donne plus de crédibilité, au delà des seuls aspects pratiques de répartition des tâches.

¹ Le *pitch* est une présentation courte (d'une durée comprise entre 1 minutes et 15 minutes) et synthétique du projet visant à susciter l'intérêt des interlocuteurs.

Cette norme représente une crainte pour des personnes qui sont encore seules et en recherche d'associés, comme c'est le cas pour Faouzia et Arthur, qui ne la contestent pas.

Pourtant, même si cette norme d'équipe et de 'faire ensemble' peut correspondre à une motivation de départ (« c'est de faire ensemble, c'est le travail d'équipe » cf. p. 28), ou alors répondre à des besoins organisationnels pour assurer un partage des tâches et alléger l'entrepreneur, elle peut aussi rentrer en contradiction avec la manière que l'on a de travailler et la représentation que l'on se fait de l'entrepreneur. Lisa par exemple, dit en entretien être une personne qui préfère travailler toute seule, qui a du mal à déléguer et qui a peur de faire son projet avec une personne qui ne partage pas totalement sa vision. Il y a en effet une crainte de ne pas trouver de personne qui ait les mêmes valeurs, la même volonté, de finalement se tromper et de perdre son projet ainsi que son identité d'entrepreneur social.

Extrait d'entretien – Lisa

Après je me dis, si le projet grandi, bah je ne peux pas me dédoubler, donc ça peut être cohérent de trouver des personnes, d'avoir une équipe, carrément en mode petite entreprise. Après c'est toujours compliqué, quand on porte un peu son projet comme un bébé, et quand on fait ses séquences de A à Z de se dire je vais filer le bébé à quelqu'un, est-ce qu'il va le faire avec mon point de vue, avec mes valeurs, avec mon enthousiasme, avec mon dynamisme... C'est quelque chose de tellement personnel finalement que est-ce que ça peut être endossé par quelqu'un d'autre tu vois ? Mais voilà, je sais qu'il faut que je reste ouverte à ça, je sais que toutes les personnes qu'on a rencontrées et qui ont créé des entreprises ont dit que c'est vachement plus simple, au moins à deux.

Nous pouvons également considérer que le travail d'équipe remettrait en cause l'idée de « projet à soi », de liberté et d'indépendance.

Sur cet aspect aussi, Lisa dit savoir qu'elle doit envisager cette possibilité « il faut que je reste ouverte à ça » ce qui nous donne à voir l'intégration de cette norme de l'équipe afin d'être légitime, modifiant l'idée de l'entrepreneur comme étant solitaire.

En plus de s'entourer d'une équipe, l'entrepreneur est censé être le « chef d'orchestre », comme explique Joe Tabet dans sa formation :

Carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 3 - Formation « Piloter ma start-up au quotidien »

Pour ce qui est de l'entrepreneur et de l'équipe, le formateur nous dit que l'entrepreneur est le chef d'orchestre.

Il donne l'exemple de l'ouverture d'un restaurant : au début, c'est l'entrepreneur qui fait tout, la cuisine, le ménage, la gestion etc. Puis, il se prend un chef cuisinier, un serveur etc. L'entrepreneur devient alors le dirigeant de son équipe : ce n'est pas lui qui va faire la cuisine ou qui va être serveur.

Samantha prend la parole : elle semble avoir compris que cela signifiait qu'elle ne pouvait pas être entrepreneur et graphiste et qu'elle devait être cantonnée à la gestion de sa boîte dans le futur. Or, elle, ce qui la passionne, c'est le graphisme et le design.

Le formateur lui répond alors qu'elle peut le faire, mais que être chef cuisinier et serveur sont des métiers à part entière. Elle pourra faire du graphisme mais de manière restreinte, car être entrepreneur, c'est surtout être chef d'orchestre de l'équipe.

Dans cet extrait, l'idée transmise de ce qu'est un entrepreneur est celle d'un dirigeant d'entreprise, d'un gestionnaire. Ici encore, alors que cet aspect correspond aux motivations de certains, comme Thomas qui disait vouloir être « numéro 1 » et avoir le « pouvoir de décision » sans s'identifier à un métier en particulier, cela peut rentrer en contradiction avec les aspirations de certains, notamment ceux qui souhaitent vivre d'une passion en particulier, comme c'est le cas ici pour Samantha avec le graphisme. Être entrepreneur est ainsi un métier et une identité à part entière : vouloir acquérir cette identité peut remettre en cause les autres identités que l'on a ou auxquelles on aspire, comme c'est ici le cas avec le métier de graphiste.

Il est également leader de son équipe. Il doit savoir lui transmettre sa vision et savoir la manager, remettant alors en cause l'identité que l'on se donne lorsque que l'on est seul sur son projet.

Tout au long de ces deux parties du chapitre, nous avons vu que l'apprentissage des codes pour apparaître légitime aux yeux des autres (ici, des agents de l'entrepreneuriat social) impliquait parfois une remise en question de soi et de la vision de l'entrepreneuriat social que l'on pouvait avoir au départ, au moment de l'idée de projet.

Nous avons pu apercevoir cela au travers de la mission de l'entrepreneur social, qui doit être mise en forme, avoir un impact suffisamment grand, être innovante et avec une cause jugée valable par les autres.

Et nous venons de voir comment le modèle économique, via l'outil du SBMC était lui aussi porteur de normes en terme d'offre commerciale et de réseau.

Suite à cette interaction entre l'idée initiale de projet, son identité et les agents de l'entrepreneuriat social ayant amené des interrogations et/ou ajustements, apparaît alors des dilemmes pour l'entrepreneur social nécessitant des arbitrages : car le projet et l'identité d'entrepreneur social réajustés suite à l'apprentissage des normes pour être légitime doit être acceptable pour les autres, mais il doit également être acceptable pour soi et correspondre à ses aspirations et ses ressources.

III- Jusqu'où l'identité d'entrepreneur social est-elle acceptable pour soi ? Les dilemmes de l'entrepreneur social avant le lancement de son entreprise

La confrontation de l'idée de projet au regard des autres, impliquant une conformation aux normes pour être jugé comme étant un entrepreneur social légitime avec un projet légitime, rend l'idée du projet plus formalisée, plus concrète.

Or, cette concrétisation nécessaire au développement du projet amène des questionnements à l'entrepreneur social : si par exemple cette concrétisation nécessite cinq années à l'entrepreneur pour être rémunéré, le projet sera-t-il considéré comme acceptable pour lui ? S'il apparaît que le développement du projet implique de collaborer avec des partenaires aux pratiques contraires aux valeurs de l'entrepreneur, le projet sera-t-il considéré comme acceptable ?

C'est donc un retour vers l'entrepreneur social et notamment les dilemmes auxquels il est confronté suite à la concrétisation de son projet que nous nous intéressons dans cette partie. Nous avons identifié deux dilemmes majeurs qui feront l'objet des deux sous-parties : celui de la question financière, et celui de l'éthique. Nous soulignerons les questions qui se posent mais aussi les réponses apportées.

Nous verrons alors que la réponse à ces dilemmes varie en fonction des profils et des dispositions acquises, mais également que ces réponses peuvent être amenées à se modifier dans le temps, là encore suite à la l'interaction avec d'autres.

A- Etre à temps plein sur son projet ou être salarié à côté ? Le dilemme financier pour subvenir à ses besoins tout en développant le projet rapidement

Nous l'avons mentionné plus haut, la question de la temporalité est importante : le projet doit en effet pouvoir se développer assez rapidement pour s'assurer de conserver le côté innovant et ainsi conserver une source de légitimité importante pour le projet d'une part, mais aussi montrer l'investissement et la motivation de l'entrepreneur : c'est parce qu'il se 'donne à fond' que l'entrepreneur peut développer son projet vite et bien.

Or dégager du temps, voir s'y consacrer à temps plein, n'est pas à la portée de tous, notamment à cause de la question des revenus.

L'un des dilemmes qui se pose est alors le choix entre 1/ consacrer tout son temps sur son projet pour qu'il se développe au mieux et au plus vite mais n'avoir aucune source de revenu et 2/ travailler à côté de son projet pour avoir une source de revenu au risque de ralentir le développement du projet.

Car en effet, lors de la phase de concrétisation et de lancement, le projet ne rapporte pas tout de suite, au contraire, elle demande souvent de l'investissement personnel afin d'acquérir de la légitimité au travers de la réalisation de prototypes, de tests et éventuellement pour se former. A ces dépenses s'ajoutent pour la plupart des charges à payer : le loyer, les factures, la nourriture etc.

Se pose alors ce dilemme, dont la réponse dépend de la situation préalable de chacun.

Certains travaillent à temps partiel pour s'assurer d'avoir suffisamment de temps pour monter son projet tout en ayant une source de revenu avec un emploi à temps partiel (un petit job). D'autres travaillent à temps plein pour s'assurer une source de revenu pour le développement du projet et le paiement de ses charges, travailler sur son projet lors de ses temps libres (soirées, week-end). D'autres encore ne travaillent pas et sont à 100% sur leur projet : cette situation est permise grâce au RSA pour ceux qui le perçoivent, aux allocations chômage d'un précédent emploi et/ou encore des économies faites grâce à cet emploi précédent. Evoquons enfin le cas de ceux qui font leurs études en parallèle pour qui il s'agit de faire ses études tout en s'assurant d'avoir du temps pour leur projet, temps qui est valorisé dans le cursus universitaire, c'est ce que permet le statut d'étudiant entrepreneur).

Travailler à temps partiel

Extrait d'entretien - Thomas :

« Là je travaille à Décathlon pour pouvoir payer ce loyer et les frais de nourriture donc les samedis, dimanches, lundis. »

Thomas s'est en effet trouvé un emploi à temps partiel qu'il effectue les week-ends et les lundis pour pouvoir s'assurer une certaine source de revenu, tout en lui permettant également en semaine d'être sur son projet. Il travaille également 10 heures par semaine en intérim pour pouvoir gagner de l'argent : il s'occupe de la mise à jour d'une base de données d'entrepreneurs.

Il s'agit, comme il le dit, de jobs « alimentaires », mais il essaye d'en tirer profit pour son projet d'entreprise sociale : il a effectivement parlé du projet à Décathlon pour essayer de voir si un partenariat était possible, il profite de la base de données d'entrepreneurs à laquelle il a accès dans son job d'intérimaire pour nourrir son carnet d'adresse pour son projet. Il a ainsi réussi à trouver un compromis avantageux à son projet.

Ce n'est pas nécessairement le cas de tous ceux qui ont choisi de faire du temps partiel, mais il s'agit d'une des modalités permettant de répondre à ce dilemme de la manière la plus avantageuse pour soi et permettant de conserver son identité d'entrepreneur social.

Travailler à temps plein

Parmi les entrepreneurs interviewés, personne n'a un travail à temps plein à côté de son projet, mais il y en a pour qui c'est le cas parmi les entrepreneurs présents au Campus Live for Good.

Comme ils n'ont pas été interviewés, des questions sur leur situation ont été envoyés à certains que nous avons identifiés dans le cas du travail à temps plein par messages privés via le réseau social Facebook.

Nous remarquons alors pour certains qu'ils travaillent à temps plein dans le secteur dans lequel se trouve leur projet. Cette situation leur permet alors de se créer des contacts et de voir de l'intérieur le fonctionnement du champ qu'ils veulent investir, permettant ainsi de

connaître les normes permettant d'avoir une légitimité dans ce champ, tout en ayant une rémunération pour lancer les débuts de son projet.

D'autres, comme Lilly, sont dans le secteur dans lequel ils ont été formés pendant leurs études, qui ne correspond pas au domaine du projet social qu'ils souhaitent lancer.

Dans son cas, il est intéressant de noter qu'elle a connu une mauvaise expérience professionnelle qui l'a poussée à la démission, mais qu'elle a tout de même cherché un autre travail à temps plein (en parallèle de son projet), dans le même domaine.

A la question « pourquoi as-tu décidé de travailler à temps plein en parallèle de ton projet ? », elle a répondu :

Lilly – messagerie instantanée

Parce que j'ai besoin de sous pour financer la production de mes prototypes et payer les personnes qui travaillent dessus à Mada ☺

Le projet reste ma priorité et je sais que j'ai la possibilité de mettre fin à mon contrat à n'importe quel moment avant janvier, c'est ce que j'envisage de faire d'ailleurs si j'ai la chance d'être sélectionnée pour le prix Gabriel

C'est alors la nécessité de développer le projet et de lui accorder sa légitimité via le développement de prototypes (et donc la rémunération des personnes qui les réalisent – il s'agit de vêtements pour enfants éco-responsables et éthiques faits à Madagascar) qui l'amène à travailler dans le même secteur à temps plein, du moins pour un temps.

Ainsi, dans le cas de ceux qui travaillent, l'idéal de l'entrepreneur étant libre et travaillant à 100% sur son projet n'est pas possible dans l'immédiat. C'est d'ailleurs pour atteindre cet idéal et permettre la légitimité du projet, tout en s'assurant de pouvoir vivre et de payer leurs charges, qu'ils doivent travailler, à temps plein ou à temps partiel, avec si possible une connexion avec leur projet.

Ne pas travailler et être à temps plein sur son projet

Cette situation est permise par plusieurs facteurs :

D'une part, le fait de pouvoir toucher le RSA permettant une source de revenu minimum assurant les dépenses de première nécessité, ou encore les droits au chômage acquis grâce aux premières années d'expérience professionnelle et/ou les économies réalisées.

Il y a également pour certains le fait de ne pas avoir de charge à payer, notamment grâce à l'entourage et plus particulièrement au conjoint ou à la compagne. Lisa, par exemple, n'a ainsi pas de loyer à payer grâce à son conjoint qui est militaire : ils logent ensemble dans une caserne. Nabil quant à lui a passé un accord avec sa femme : après avoir travaillé pour lui permettre de terminer ses études, c'est désormais elle qui travaille pour lui permettre d'être sur son projet à temps plein. Dans les cas cités ici, les situations restent fragiles et ne sont pas faites pour durer très longtemps, d'où l'importance de développer rapidement son projet.

Certains s'imposent ainsi des délais, comme François, qui se donne jusqu'à janvier 2019¹ pour démarrer son projet et espérer avoir un petit revenu. Pour d'autres, le délais s'impose à eux, comme Nabil : sa femme envisageant de quitter son poste, elle sera donc bientôt elle aussi au chômage et il est nécessaire pour lui de pouvoir rapidement se rémunérer avec son projet.

Le fait d'être à temps plein sur le projet avant et au moment de son lancement résulte parfois d'un choix permis par les situations citées plus haut, comme le fait de démissionner, de ne pas renouveler son contrat ou alors de ne pas travailler à la sortie de ses études.

Mais cela résulte d'autres fois de situations subies, comme le non renouvellement d'un contrat imposé par l'employeur ou une situation de chômage faute d'avoir trouvé un emploi.

Le cas particulier des étudiants

Enfin, notons le cas particulier des étudiants : ceux-ci sont quasi à temps plein sur leurs études sans pour autant être rémunéré et consacrent leur temps libre à leur projet. Le statut d'étudiant-entrepreneur représente alors pour eux une opportunité de répondre à leur dilemme car il offre la possibilité de former et de valoriser le temps passé sur le projet d'entreprise par la validation de crédits² (ects). Ainsi, Marie projette de candidater à ce statut lorsqu'elle va retourner en cours, et Aurélie, benjamine de la promotion du Campus Live for Good, le possède déjà.

¹ Il a été interrogé en Avril 2018

² <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79926/statut-national-etudiant-entrepreneur.html>

Une situation idéale dans le cadre du lancement

A côté de ces quatre solutions se trouve un idéal : celui d'être rémunéré/indemnisé pendant le développement de son projet. C'est le cas avec certains prix, comme le prix Gabriel de Live for Good qu'indique Lilly, ou avec le programme Rêve et Réalise d'Unis-Cité.

Echanges par messagerie instantanée Facebook – François

[Au moment où François a été interviewé, il espérait pouvoir être pris par le programme d'accompagnement de Ticket for Change. A la fin de l'entretien, je lui ai parlé du programme Rêve et Réalise d'Unis-Cité et de l'indemnité du Service Civique.

En le suivant sur les réseaux sociaux, j'ai appris qu'il avait été pris dans le programme Ticket for Change. 5 mois après notre entretien, François m'envoie un message privé sur facebook pour me demander des renseignements, car il serait avantageux d'avoir une indemnité tout en montant son projet, ce que propose exactement le programme Rêve et Réalise.]

« Dis moi, je m'intéresse pas mal à l'idée de profiter d'un service civique en parallèle du montage de mon projet, pour pouvoir survivre ahah. Est-ce que Rêve et Réalise organise toujours ces missions à Paris? Tu sais comment on peut faire pour postuler/se renseigner? » (...) « j'avoue que l'idée d'avoir un Service Civique permet de pouvoir gagner des sous tout en avançant »

Ainsi, au delà de l'accompagnement et de la légitimité que ces structures peuvent leur apporter, elles sont ici surtout perçues comme une solution idéale au dilemme financier auxquels les entrepreneurs peuvent faire face en amont ou pendant le lancement de leur projet : il ne s'agit pas de bourse uniquement réservé au développement du projet (comme c'est le cas pour les fondations, où un bilan des dépenses doivent être effectués etc.), il ne s'agit pas d'incubateur où les entrepreneurs payent notamment pour l'espace de co-working, mais bien de bourses ou d'indemnités pour permettre de subvenir à ses besoins d'abord et permettant de se consacrer à temps plein sur leur projet d'entreprise.

L'identité d'entrepreneur social et le projet doivent alors se conformer aux contraintes auxquelles font face les jeunes qui souhaitent se lancer afin qu'il soit acceptable pour soi-même. S'il n'y a pas de compatibilité avec ces contraintes, c'est l'identité ainsi que le projet qui devront être abandonnés.

Les contraintes que nous venons de voir ici sont d'ordre matériel et pratique (l'aspect financier et temporel) et proviennent généralement de l'intérieur.

Mais il y a également des contraintes que l'on s'impose à soi-même et qui sont d'ordre plus éthique : la légitimité entrepreneuriale-sociale pouvant alors rentrer en conflit avec la légitimité du projet pour soi-même.

B- « Travailler avec Monsanto ? Jamais ! » : le dilemme éthique dans le choix de ses partenaires

Nous l'avons vu, pour le développement du projet, il est nécessaire d'avoir des clients et des partenaires. Afin d'accroître sa légitimité entrepreneuriale-sociale ainsi que sa visibilité, il apparaît pertinent d'avoir parmi ses clients et ses partenaires des grandes entreprises.

Or pour certains se pose le dilemme suivant : 1/ Avoir une grande entreprise à ses côtés qui permettra le développement de l'entreprise sociale mais dont les pratiques ne sont pas jugées éthiques et vont à l'encontre des valeurs de l'entrepreneur, 2/ refuser la collaboration avec cette grande entreprise pour rester en phase avec ses valeurs mais au détriment du développement du projet.

En effet, avec le développement et la valorisation des politiques RSE au sein des entreprises, il est avantageux pour elles de collaborer avec des acteurs de l'entrepreneuriat social (mais aussi de l'économie sociale et solidaire). Une célèbre collaboration dans le milieu de l'entrepreneuriat social, qui a d'ailleurs été citée dans le cadre de la formation au campus Live for Good, est celle de Muhammad Yunus et Danone, aboutissant au Grameen Danone Food¹.

Or, pour certains, ces grosses entreprises, de par leurs pratiques, sont précisément la source des problématiques qu'ils veulent régler avec leur projet ou alors de problématique qu'ils jugent inacceptables, même si leur projet ne traite pas directement de cela.

Extrait du carnet d'observation – Campus Live for Good

Jour 4 – Formation « Construire une proposition de valeur efficace pour ses bénéficiaires et ses clients »

Se pose la question des entreprises avec lesquelles nous serions prêts à travailler.

Une entrepreneure dont le projet est sur la thématique de l'environnement dit qu'elle ne pourrait jamais travailler avec Monsanto.

Le formateur lui demande alors : « Même si l'entreprise est prête à te donner 100 000€ ? », ce à quoi elle répond que c'est contre ses principes, « tant pis pour les 100 000€ ».

Le formateur dit alors qu'à titre personnel, il aurait fait la même chose.

¹ « Grameen Danone Foods est une coentreprise du groupe Danone et de la Grameen Bank. Elle a pour ambition de fournir des produits laitiers de première nécessité à des prix accessibles pour la population locale du Bangladesh. » : https://fr.wikipedia.org/wiki/Grameen_Danone_Foods

Extrait d'entretien - Thomas

[Thomas me dit qu'il ne peut plus contracter de prêt à cause du prêt étudiant qu'il a effectué. Au moment de se chercher une banque pour pouvoir financer le lancement de son projet, il m'explique qu'il a du négocier avec une banque]

Donc tu as négocié avec ta banque ?

Ouais, enfin ce n'était même pas ma banque (rire), c'était une banque.

A la base je ne voulais pas du tout, tu vois pour reprendre avec ma vision, à la base je voulais que tous les prestataires soient dans l'alignement de ma vision. Donc pour moi hors de question d'être avec la sogé, hors de question d'être avec la BNP, hors de question d'être avec ces banques là. Après, il y a une réalité aussi, je voulais partir, je ne sais pas si tu connais la NEF, c'est la 1^e banque solidaire et éthique en France. Et pour ouvrir un compte chez eux, juste pour l'ouvrir, t'es obligé de contracter un prêt de 15 000€ minimum. Après j'ai regardé le Crédit Coopératif, bon bah là c'est une histoire de coût, c'est beaucoup plus cher qu'une autre banque. Bon et après c'est politique et partenarial, c'est à dire que la BNP finance beaucoup de baromètres, il finance par exemple le baromètre de l'entrepreneuriat social fait par Convergences et Ashoka. Je suis allé les voir « est-ce que vous ne voulez pas faire un baromètre du don gratuit ? », ça c'est un projet qui arrive. Et pour histoire de quantifier, mesurer et fédérer ce secteur là, vous pouvez mettre un petit billet. Voilà, c'est comme ça que je suis allé les voir.

Donc à un moment tu as fait une concession ?

Mais à un moment, il fallait, parce que sinon j'allais pas bouger

Ces deux extraits posent alors la question de la limite éthique que l'on impose à son projet mais aussi à soi-même pour rester en cohérence avec soi tout en permettant à son projet de se développer. Nous pouvons ajouter à cela la question de la légitimité auprès des parties prenantes, même si nous insisterons peu là-dessus, qui se joue notamment si celles-ci partagent les mêmes valeurs. Une entreprise sociale vendant des produits bio et locaux ne risque-t-elle pas en effet de perdre toute crédibilité auprès de ses consommateurs si elle collabore avec une entreprise comme Monsanto ?

Nous avons dans ces extraits d'un côté, une position qui semble ferme : celle de n'accepter aucune collaboration avec une entreprise dont les pratiques sont jugées contraires à la cause défendue par le projet social. D'un autre côté, nous constatons une évolution d'une position qui semblait être ferme au départ mais qui a évoluée, par nécessité de faire évoluer le projet : « à un moment, il fallait, parce que sinon j'allais pas bouger ». Thomas y a également trouvé un terrain d'entente commun, à savoir les baromètres sur lequel il peut légitimer son partenariat avec cette banque auprès des autres parties prenantes de son projet.

Ainsi, de nombreux facteurs sont à prendre en compte pour essayer de comprendre le comportement des entrepreneurs face à cette situation lorsque celle-ci arrive. Dans le cadre de

ce mémoire, il est intéressant de noter que, en terme d'intention, il y a ceux qui refusent catégoriquement et ceux qui envisagent possiblement de le faire.

En ce sens, il serait intéressant, pour pousser l'analyse, d'avoir une répartition des entrepreneurs en fonction de ces deux types d'intention, puis d'identifier les facteurs influençant cette propension à accepter ce type d'accord.

Nous pouvons faire l'hypothèse que plus une personne a eu des engagements militants avant de monter son entreprise, plus elle aura du mal à accepter ce type d'accords.

Il serait également intéressant de voir, si un suivi de ces mêmes entrepreneurs est fait, s'il y a eu des évolutions entre leur intention de départ et le moment de faire le choix si celui-ci se présente.

Pour cette seconde partie de mémoire, nous avons mis en avant les différentes normes auxquelles devaient se conformer les jeunes s'identifiant comme entrepreneurs sociaux pour acquérir la légitimité entrepreneuriale-sociale, c'est-à-dire la légitimité dans le champ de l'entrepreneuriat social. Cette légitimité, en plus d'affirmer son identité en tant qu'entrepreneur social, permet l'accès à des ressources permettant le développement du projet.

Ces normes se fondent principalement sur la mission de l'entrepreneur social, qui correspondrait à sa raison d'être, celle-ci devant avoir un impact social suffisant et être innovante. Elle se fonde également sur le fait d'avoir un modèle économique viable, viabilité permise par la définition d'une proposition de valeur et de clients, qui sont au cœur du modèle, mais aussi par le réseau de partenaires et le réseau interne.

Or, cette rencontre avec ces normes et le fait de vouloir s'y conformer implique une remise en question de l'identité subjective d'entrepreneur social mais aussi des dilemmes pour l'entrepreneur, dilemme qui peuvent résulter de contraintes financières mais aussi de contraintes morales et éthique que l'on s'impose à soi-même à partir de ses valeurs.

Conclusion

Nous avons tenté de décrire tout au long de ce mémoire les processus sociaux qui engendrent l'identité d'entrepreneur social.

Dans la première partie, nous nous sommes concentrés sur les trois pôles que nous avons identifiés qui conduisent à vouloir entreprendre socialement et à commencer ses démarches en ce sens. Le pôle « entrepreneuriat » d'abord, conduisant à la volonté d'entreprendre. Nous nous sommes en effet penchés sur les raisons amenant les motivations à entreprendre pour ces jeunes. L'une des principales raisons est l'environnement dans lequel ils évoluent : nous sommes actuellement dans une société où l'entrepreneuriat est valorisé et semble être accessible à tous, mais aussi via la socialisation par la famille. La seconde raison que nous avons identifiée est la mauvaise expérience au travail, vécue par soi-même ou par procuration à travers l'expérience d'un proche, ce qui amène à un rejet du salariat et une quête d'indépendance au travers d'une activité dans laquelle on s'accomplit et qui a ainsi du sens pour soi. Quant au choix d'entreprendre en étant jeune, la volonté de le faire maintenant, cela s'explique par l'intériorisation d'une nouvelle norme valorisant la multiplicité des expériences et la prise de risque par l'entrepreneuriat pour les jeunes de moins de 30 ans à laquelle on souhaite se conformer, mais peut également s'expliquer par la découverte d'une opportunité de marché et de vouloir l'investir (ce qui, dans ce cas là, requiert certaines compétences notamment pour identifier le marché).

Le pôle « cause sociale » qui conduit à la volonté de s'engager pour une cause sociale et d'entamer des démarches pour le faire. Contrairement à l'idée du seul choc émotionnel face à une situation qui pousserait les personnes à agir, nous avons vu qu'il y avait là aussi des dispositions à l'engagement, et plus particulièrement à s'engager de manière individuelle et non collective comme c'est le cas dans les mobilisations collectives 'classiques'. Ces dispositions sont acquises par la socialisation, primaire mais aussi la socialisation par des expériences, d'engagement mais pas seulement. Ces dispositions sont par la suite activées par une situation donnée provoquant de l'indignation, ce qui aboutit à la volonté d'agir en s'engageant. Mais étant dans une société individualisée, dans laquelle on recherche avant tout l'accomplissement de soi dans son engagement, mais aussi des actions concrètes et aux effets visibles rapidement, les formes d'action collective (dont les jeunes sont moins socialisés) sont

délaissées. Par ailleurs, les formes classiques ne répondent pas (ou très peu) à une volonté d'être à temps complet sur la cause pour laquelle on souhaite s'engager, alors que la figure du militant se veut de plus en plus total, l'engagement devant transparaître sur tous les aspects de la vie.

C'est alors lorsque l'un ou les deux pôles précèdent la rencontre avec le terme d'entrepreneuriat social que celui-ci fait sens pour les jeunes, car il répond à leurs aspirations et il active leurs dispositions. Pour certains, cela répond à leur dilemme de concilier engagement et rémunération. D'autres vont essayer de s'adapter en se trouvant une cause sociale pour rentrer dans ce cadre car il représente l'opportunité d'avoir son projet à soi mais aussi de se démarquer des autres.

De ces trois pôles découle une idée de projet d'entreprise social qui est identifié comme tel, et donc l'identification à la posture d'entrepreneur social ou l'envie de se considérer comme tel.

Pour confirmer cette identité subjective et permettre le développement du projet par l'acquisition de ressources (financières, réseaux, connaissances – formations), le projet et l'individu (ou les individus) qui le porte doivent être considérés comme rentrant dans le cadre de l'entrepreneuriat social, notamment par les structures qui définissent ce champ. L'entrepreneur social doit donc prendre connaissance de ces normes qui régissent le champ et s'y conformer. C'est ce sur quoi s'est intéressée la seconde partie de ce mémoire, en nous appuyant principalement sur les structures proposant de l'accompagnement à l'entrepreneuriat social.

Nous avons vu qu'une entreprise sociale doit tout d'abord avoir une vision et une mission claire, respectant des codes de formes, mais respectant aussi une certaine hiérarchie implicite des causes sociales, certaines étant jugées plus importantes que d'autres. Il faut également prouver que son projet a un impact fort et se montrer innovant. Ce premier élément peut alors conduire à des questionnements identitaires (ma cause est-elle valable ? Quelle est la raison d'être de mon projet et donc ma raison d'être en tant qu'entrepreneur social ?), mais aussi à des ajustements, certains pouvant rajouter des causes sociales à leur projet lorsque celui-ci n'est pas jugé socialement valable par les structures de l'entrepreneuriat social.

Une entreprise sociale étant avant tout une entreprise, il faut également qu'elle repose sur un modèle économique viable. A partir du Social Business Model Canvas, nous avons ainsi pu

voir dans quelle mesure la proposition de valeur et le client avaient une place centrale, pouvant alors dérouter certains qui plaçaient les bénéficiaires et l'impact au cœur.

C'est également un réseau qu'il faut acquérir, aussi bien externe qu'interne. Dans le premier cas, les programmes d'accompagnement ont toute leur importance car ils donnent accès à un réseau important à moindre coût tout en valorisant le jeune qui a fait l'objet d'une sélection et qui a donc été reconnu comme étant potentiellement entrepreneur social. Par la suite, montrer que l'on a ce réseau est gage de fiabilité pour les autres structures.

Un entrepreneur est également celui qui sait se constituer une équipe avec des profils complémentaires et en être le chef d'orchestre. Une posture qui là aussi remet en question cette identité, notamment pour les personnes qui envisageaient de faire de leur passion leur métier et des personnes qui ont peur de « refiler le bébé » à des personnes qui ne partageraient pas nécessairement la même optique que soi.

Suite à la découverte de ces normes et au fait de s'y conformer apparaissent alors d'autres dilemmes pour le jeune, notamment en termes matériels et financiers (travailler à temps plein sur son projet mais accepter de ne pas avoir de source de revenu ou travailler à temps plein ou partiel dans un emploi salarié mais accepter de consacrer moins de temps au projet ?). En effet, vouloir être entrepreneur social et être identifié en tant que tel ne veut pas dire qu'il est possible de l'être, pour ces contraintes, remettant là encore en question l'identité d'entrepreneur social.

Le jeune peut également rencontrer des dilemmes éthiques : la fin justifie-t-elle les moyens, l'entrepreneur est-il prêt à créer des partenariats avec des entreprises dont les pratiques vont contre ses valeurs personnelles mais allant dans l'intérêt du développement du projet ? S'il le fait, se considérera-t-il toujours comme un entrepreneur social ? Et qu'en sera-t-il de ses autres identités ? Ce sont des questions qui se posent, même s'ils n'ont pas forcément été confrontés à ce genre de situation. Quand c'est le cas, nous pouvons assister à des réajustements entre la position initiale et la position que l'on adopte le moment venu, parfois à cause de contraintes matérielles.

L'identité de l'entrepreneur social en début de projet est donc, comme les autres identités, perpétuellement remis en question, affirmé ou infirmé par les processus que nous venons de citer.

Ce mémoire présente certaines limites que nous avons évoqué tout au long de celui-ci : Notre méthode et la faiblesse de notre échantillon d'interviewés ne nous permet pas d'établir de corrélation (ou absence de corrélation) entre le profil de la personne et la thématique de son projet, nécessitant selon nous une approche quantitative qui pourrait être combinée à une approche qualitative.

Par ailleurs, il ne nous a pas été possible d'interroger les deux entrepreneures sociales ayant des enfants, qui constituent une exception de notre échantillon et pouvant pourtant révéler d'autres processus les amenant à s'identifier comme étant entrepreneure sociale.

Notre méthode ne nous permet pas d'observer l'impact du formateur / de la structure d'entrepreneuriat social sur la perception de l'entrepreneuriat social et la définition de soi en tant qu'entrepreneur social. Il faudrait établir un protocole de recherche permettant la comparaison d'entrepreneurs sociaux ayant suivi des formations par des structures différentes.

Par ailleurs, des choix ont été faits dans l'analyse, impliquant de fait des limites : nous avons fait le choix de nous concentrer principalement sur l'individu entrepreneur social et peu sur l'équipe et l'effet de groupe lorsqu'elle est présente dès le début. Nous avons également fait le choix de nous concentrer sur la légitimité 'entrepreneuriale-sociale' et non pas sur d'autres formes de légitimité pour l'entrepreneur social comme par exemple la légitimité militante.

Pour terminer ce mémoire, nous souhaitons également proposer des pistes de recherche permettant d'aller plus loin sur ce sujet.

Il serait en effet intéressant de voir, une fois l'entreprise créée, quels sont les autres processus permettant l'identification à ce terme, en faisant un focus particulier sur les abandons de cette identité : se dit-ont toujours entrepreneur social quand cela fait plusieurs années que l'entreprise sociale tourne ? Que se passe-t-il lorsque l'entreprise sociale ne décolle pas, va mal ou doit cesser son activité ? Hypothétiquement ou sur le très long terme, que se passe-t-il quand le problème social identifié est résolu ?

ANNEXES

Bibliographie

BARTHE, Jean-François et al. Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2016/3 (Vol. 15), p. 163-180.

BOUTILLIER, Sophie. Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? *Marché et organisations* 2010/1 (N° 11), p. 107-125.

BOUTILLIER, Sophie. L'entrepreneur social, un entrepreneur socialisé dans une société entrepreneuriale ? *Humanisme et Entreprise* 2008/5 (n° 290), p. 41-60.

CHABAUD, Didier, EHLINGER Sylvie et PERRET, Véronique. Accompagnement de l'entrepreneur et légitimité institutionnelle. Le cas d'un incubateur. Article disponible sur internet :

https://www.researchgate.net/profile/Didier_Chabaud/publication/242598772_Accompagnement_de_l'entrepreneur_et_legitimite_institutionnelle_Le_cas_d'un_incubateur/links/0deec529de37767ebd000000/Accompagnement-de-l'entrepreneur-et-legitimite-institutionnelle-Le-cas-dun-incubateur.pdf

COUTANT, Alexandre et STENGER Thomas. Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010/1 (Volume 2010), p. 45-64

DHOQUOIS, Anne. Raconter l'entrepreneuriat social, de l'enseignement à la pratique. Ateliers Henry Dougier, 2016, 128 p.

DRAPERI, Jean-François. L'entrepreneuriat social, un mouvement de pensée inscrit dans le capitalisme. ACTE 1, février 2010.

FILLIEULE, Olivier. Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum. *Revue française de science politique*, 2001/1 (Vol. 51), p. 199-215.

GABARRET, Inès et VEDEL, Benjamin. Pour une nouvelle approche de la motivation entrepreneuriale. *La Revue des Sciences de Gestion*, 2015/1 (N° 271), p. 13-20.

GOMEZ-BREYSSE, Marie. L'entrepreneur « lifestyle ». *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2016/3 (Vol. 15), p. 231-256.

LE VELLY, Ronan. « Entrepreneuriat social », in CHAUVIN, Pierre-Marie et al., Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2014, p. 191-203.

LEGAVRE Jean-Baptiste, “La “neutralité” dans l’entretien de recherche. Retour personnel sur une évidence”, *Politix*, 1996, 35, pp.207-225.

LEGER-JARNIOU, Catherine. *Le Grand Live de l'Entrepreneuriat*. Dunod, 2013, 448 p.

MATHIEU, Lilian. Les ressorts sociaux de l'indignation militante. L'engagement au sein d'un collectif départemental du Réseau éducation sans frontière », *Sociologie*, 2010/3 (Vol. 1), p. 303-318

MUXEL, Anne. *L'expérience politique des jeunes*. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2001, 192 p.

PAILOT, François et al. Contribution à une lecture catégorielle et interactionniste de la légitimité des femmes entrepreneures. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2015/2 (Vol. 14), p. 31-57.

PLEYERS, Geoffrey. Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes. *Agora débats/jeunesses*, 2016/1 (N° 72), p. 107-122.

PRONOVOST, Gilles. Le rapport au temps des adolescents : une quête de soi par-delà les contraintes institutionnelles et familiales. *Informations sociales*, 2009/3 (n° 153), p. 22-28.

QUÉNIART, Anne et JACQUES, Julie (2008). Trajectoires, pratiques et sens de l'engagement chez des jeunes impliqués dans diverses formes de participation sociale et politique. *Politique et Sociétés*, 27(3), 211–242.

RICHET, Damien et THOMAS, Stéphane. Les créateurs d'entreprise : moins de chômeurs et des projets plus modestes qu'en 2010. *INSEE Première*, n°1600, paru le 08/06/2016

ROUDET, Bernard. (2004). Entre responsabilisation et individualisation: les évolutions de l'engagement associatif. *Lien social et Politiques*, (51), 17–27.

TRINDADE-CHADEAU, Angélica. Les motivations à entreprendre. Qu'est-ce qui, dans la confrontation au monde du travail, pousse les jeunes à s'imaginer entrepreneurs ?. *Cahiers de l'action* 2014/1 (N° 41), p. 33-41, p. 34.

VERMEERSCH, Stéphanie. Entre individualisation et participation : l'engagement associatif bénévole. *Revue française de sociologie*, 2004/4 (Vol. 45), p. 681-710.

WAGNER, Anne-Catherine. « Champ », in PAUGAM, Serge (dir.), Les 100 mots de la sociologie, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », p. 50-51.

Références sites internet :

Définition entrepreneuriat social

- ASHOKA, L'entrepreneuriat social, (consulté le 15/08/18):
<https://www.ashoka.org/fr/activit%C3%A9/l%E2%80%99entrepreneuriat-social>
- AVISE, Découvrir l'entrepreneuriat social, (consulté le 03/04/18):
<https://www.avise.org/decouvrir/entrepreneuriat-social>
- AVISE, L'impact social, de quoi parle-t-on ?, (consulté le 10/09/18) :
<https://www.avise.org/articles/impact-social-de-quoi-parle-t-on>
- AVISE, L'entrepreneuriat social, de quoi parle-t-on ?, (consulté le 03/04/18) :
<https://www.avise.org/decouvrir/entrepreneuriat-social/de-quoi-parle-t-on>
- MOUVES, Définition de l'entrepreneuriat social, (consulté le 03/04/18):
<http://mouves.org/lentrepreneuriat-social/l-entrepreneuriat-social/>

Programme d'accompagnement / incubateurs

- MakeSense, dossier de candidature (consulté le 12/09/2018) :
<https://entrepreneurs.makesense.org/candidatures/>
- MakeSense, Post facebook « le monde a besoin d'entrepreneurs à impact »:
https://www.facebook.com/makesenseforentrepreneurs/?fb_dtsg_ag=Adw-gg89uoQia6r8yUvnmbIM_TGko0Lfu8h3-15HHMZKig%3AAAdwmriPMqjBnFBw8THU8DpDEwa5nnl116zkGdboyETwOvg
- MakeSense (consulté le 02/09/2018) : <https://entrepreneurs.makesense.org/>
- Ticket for Change (consulté le 02/09/2018) : <https://www.ticketforchange.org/>

Indices et baromètres

- Agence France Entrepreneur, Indice entrepreneurial Français, consulté le (23/03/2018) : http://media.afecreation.fr/file/84/9/analyse_ief2016_sp_versionfinale.96849.pdf
- Baromètre de l'entrepreneuriat social (consulté le 10/09/2018) : <http://www.convergences.org/wp-content/uploads/2017/12/6e-Barom%C3%A8tre-de-lEntrepreneuriat-Social-FINAL-1.pdf>

Autres

- CEDEP, : <http://www.cedep.fr/> (consulté le 20/09/2018)
- Espace auto-entrepreneur, : <https://espace-autoentrepreneur.com/devenir-auto-entrepreneur> (consulté le 20/09/2018)
- Emission Hello Start-Up, : <https://startup.orange.com/fr/hello-startup/> (consulté le 20/09/2018)
- Emission Start-Up Stories, : <https://startup.orange.com/fr/start-up-stories/> (consulté le 20/09/2018)
- Gawad Kalinga, La Ferme Enchantée, : <http://gk1world.com/gk-enchanted-farm> (consulté le 23/09/2018)
- Le Figaro étudiant, « La nouvelle campagne de HEC Paris moquée sur internet » publiée le 30/08/2018, consulté le 25/09/2018 : http://etudiant.lefigaro.fr/article/la-nouvelle-campagne-de-hec-paris-moquee-sur-internet_d03a149e-ab7f-11e8-8771-8f9ab1a049e0/
- Legalstart, consulté le 23/09/2018 : <https://www.legalstart.fr>
- Microsoft, Présentation de Jean-Philippe Courtois, consulté le 20/09/2018 : <https://news.microsoft.com/exec/jean-François-courtois-2/>
- OpenClassRoom, consulté le 23/09/2018 : <https://openclassrooms.com/fr/>
- Présentation de Grameen Danone Foods, consulté le 23/09/2018 : https://fr.wikipedia.org/wiki/Grameen_Danone_Foods
- <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381390#graphique-Donnes>

Tableau des entretiens

		Projet
Interviewés	Lisa, 26 ans, M2 en archéologie	Ateliers d'archéologie auprès d'enfants venant de quartiers politique de la ville
	François, 25 ans, M2 en marketing	Plateforme de vente de produits artisanaux
	Nina, 22 ans, licence d'économie sociale et solidaire	Vulgarisation scientifique et sensibilisation autour de l'astro-physique à un large public (avec sa sœur Talia)
	Thomas, 25 ans, M2 en école de commerce en entrepreneuriat	Projet de cabinet d'études marketing sur le concept du don gratuit : un répondant = une somme reversée à une association
	Talia, 27 ans, docteure en astro-physique	Vulgarisation scientifique et sensibilisation autour de l'astro-physique à un large public (avec sa sœur Nina)
	Marie, 22 ans, licence d'anglais	Projet de site et application permettant de donner une information claire sur les éco-gestes à adopter
	Nabil, 26 ans, formation pour être professeur de français à l'étranger (M1)	Projet de mise en valeur, par le biais d'un blog vidéo, d'initiatives citoyennes
Entrepreneurs Live for Good cités	Samantha, formation en design	Projet d'agence de communication éthique
	Arthur, formation en école de commerce	Projet de créer une carte cadeau permettant d'acheter des produits d'occasion
	Mélina, tatoueuse de profession	Collection de t-shirt avec comme motif des œuvres produits par des artistes, chaque t-shirt étant en édition limitée, dans le but de valoriser les artistes.
	Faouzia	Plateforme de troc interprofessionnel
	Stéphane, formation d'ingénieur	Projet d'application mobile permettant d'identifier des parcours touristiques accessibles à des personnes à mobilité réduite
	Hadidja	Projet de vente de fruits secs exotiques biologiques venant du Sénégal, traités en France par des femmes en situation précaire et/ou victimes de violences.
	Aurélie	Projet de revalorisation de montures de lunettes qui ne sont plus utilisées.
	Agnès	Projet permettant aux collectivités territoriales de tester des solutions sur leur territoire en concertation avec les citoyens de manière optimale

	Winnie, formation en informatique	Projet de marque de vêtements pour bébé avec des matières naturelles. Les vêtements sont confectionnés à Madagascar et le projet a pour but de lutter contre la pauvreté et permettre l'autonomisation des femmes malgaches.
	Maïmouna, formation en physique-chimie	Projet de maison de couture faisant du sur-mesure accessible à tous, avec des tissus traditionnels africains et français.

Planning du Campus Live for Good n.1

		L'EMPLOI DU TEMPS DE LA SEMAINE			
	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
7h30-8h15			Routine matinale	PETIT-DÉJEUNER	Routine matinale
8h15-9h00		Routine matinale	PETIT-DÉJEUNER	Routine matinale	PETIT-DÉJEUNER
9h00-10h30	Arrivée à Fontainebleau, accueil	Forum : à la découverte des autres entrepreneurs	Bien démarrer avec le Social Business Model Canvas pour créer une start-up qui dure	Construire une proposition de valeur efficace pour ses bénéficiaires et ses clients	Convaincre ses interlocuteurs avec la méthode Winning Pitch
10h30-12h00	Mot de bienvenue	Jens Meyer	Roland Peiry	Frank Aïmeont	Eric Solomon
12h00-13h00	Jean Philippe Courtois		À la recherche d'un modèle économique		
13h00-14h30	Apprendre à mieux se connaître en couleurs	Design Thinking : accélérez vos projets par l'intelligence collective	Piloter ma start-up au quotidien	Construire son plan d'actions	Business Model Clinic (coaching)
14h30-15h00	Georges Landès	Christophe Gillet			Et si on créait notre propre « Start-up BOOC » ?
15h00-15h30	Vision, mission, valeurs : cultiver son leadership	Design Thinking : accélérez vos projets par l'intelligence collective	Lancer sa start-up plus vite avec un Minimum Viable Product	Cultiver sa pleine-conscience pour devenir un entrepreneur éclairé	Christophe Gillet
15h30-17h00	Jean Philippe Courtois	Christophe Gillet	Roland Peiry	Thomas Doucard	Mot de clôture
17h00-18h00	PAUSE	L'improvisation théâtrale, ou comment devenir un meilleur leader		PAUSE	Départ vers Paris
18h00-18h30	Qu'ai-je appris aujourd'hui ?	Elise Buhomme	Qu'ai-je appris aujourd'hui ?	Qu'ai-je appris aujourd'hui ?	
18h30-19h00	Temps libre		Temps libre	Temps libre	
19h00-20h00					
20h00-21h00	Temps libre	Temps libre	Animation musicale	Rencontre avec...	

Table des figures

Tableau 1. Distinction des entrepreneurs sociaux en fonction du stade de projet.....	10
Tableau 2. Scénario-types	26
Tableau 3. Motivations à l'entrepreneuriat dans la littérature	29
Tableau 4. Dimensions de la motivation entrepreneuriale, I. Gabarret et B. Vedel.....	30
Tableau 5. Structure du Social Business Model Canvas	90

Table des encadrés

Encadré 1. Focus sur le programme Rêve et Réalise	16
Encadré 2. Le programme Live for Good	19
Encadré 3. Posture de l'auteure	21
Encadré 4. Les dix premiers objectifs de développement durable de l'ONU.....	80
Encadré 5. Un projet économique viable selon le site de l'AVISE	89
Encadré 6. Explications du SMBC par Live for Good.....	89

TABLE DES MATIERES

Remerciements	4
Introduction	6
Méthodologie	15
Première partie	
Quand la rencontre avec l'entrepreneuriat social active les dispositions à entreprendre socialement et fait sens pour soi	23
<i>I - Quête de liberté, d'identité et opportunité : quelles origines de la motivation entrepreneuriale des jeunes ?</i>	<i>28</i>
A- « Se prouver qu'on est capable » : Etre comme tout le monde dans une 'Start-up Nation'	33
B- « Plus jamais je ne travaillerais pour quelqu'un » : Quête de liberté et rejet du salariat	36
C- « C'est le moment ou jamais de le faire » : Vouloir entreprendre en étant jeune	42
<i>II - « J'ai dit non à ce problème social ! » : vouloir s'engager pour une cause sociale</i>	<i>46</i>
A- Des dispositions à l'engagement : quelles socialisations ?	48
B- L'activation des dispositions : Evènement déclencheur et volonté de passer à l'action	53
C- S'engager de manière individuelle : Un rejet des formes classiques d'engagement	56
<i>III - La rencontre avec l'entrepreneuriat social : une définition qui fait sens pour soi</i>	<i>60</i>
A- Découverte et interprétation du terme « entrepreneuriat social »	62
B- Se reconnaître soi-même et son projet dans la définition d'entrepreneuriat social et vouloir en faire partie	65

Deuxième partie

Un projet et une identité qui doivent faire sens pour les autres : Quête de légitimité et remises en question de son identité d'entrepreneur social	71
<i>I- « Demandez-vous qu'est-ce que le monde perdrait si votre entreprise disparaissait » : Avoir une vision et une mission comme source de légitimité</i>	<i>75</i>
A- La vision et la mission du projet au fondement de la légitimité	76
B- Une mission qui doit être reconnue comme étant valable	80
C- Un projet qui doit avoir de l'impact et être innovant	84
<i>II- « Une entreprise sociale est avant tout une entreprise » : La nécessité de définir un modèle économique viable et de développer son réseau pour être légitime</i>	<i>88</i>
A- Avoir un « social business model » avec l'offre commerciale et les clients au cœur	89
B- Développer son réseau externe pour être légitime	95
C- Développer son réseau interne : l'entrepreneur comme chef d'orchestre d'une équipe	99
<i>III- Jusqu'où l'identité d'entrepreneur social est-elle acceptable pour soi ? Les dilemmes de l'entrepreneur social avant le lancement de son entreprise</i>	<i>103</i>
A- Etre à temps plein sur son projet ou être salarié à côté ? Le dilemme financier pour subvenir à ses besoins tout en développant le projet rapidement	104
B- « Travailler avec Monsanto ? Jamais ! » : le dilemme éthique dans le choix de ses partenaires	110
Conclusion	113
ANNEXES	117
Bibliographie	118
TABLE DES MATIERES	126

RESUME

Ils disent non « au mal être engendré par l'exclusion et l'isolement », « à l'abandon animal et à l'exclusion sociale », « à une agriculture et une alimentation non durable », « à la surconsommation de la mode textile dans le monde », « au fait de fermer les yeux sur l'extrême pauvreté à Madagascar et au néocolonialisme ».

Ils, ce sont des jeunes (18-30 ans) entrepreneurs sociaux : des entrepreneurs qui placent au cœur de leur modèle économique la résolution d'un problème social de manière innovante et dont l'indicateur de réussite est l'impact social. Ce sont des jeunes qui s'identifient dans ce terme « entrepreneuriat social », terme qui émerge de plus en plus et qui fait sens pour eux. Ce sont également des jeunes qui veulent être identifiés par les autres en tant qu'entrepreneur social, le projet qu'ils portent et leur identité devant faire sens pour les autres. C'est ainsi sur cette question de la construction de l'identité d'entrepreneur social que se penche ce mémoire. Par des entretiens menés avec des jeunes entrepreneurs en début de projet qui s'identifient dans l'entrepreneuriat social et une observation participante dans le cadre d'un séminaire de formation pour jeunes entrepreneurs sociaux, ce mémoire met en lumière les différents processus sociaux qui engendrent l'identité (objective et subjective) d'entrepreneur social, passant de la motivation entrepreneuriale à la motivation à l'engagement, mais aussi à l'apprentissage et l'intégration des normes de l'entrepreneuriat social.

***Mots clés :** Construction identitaire, Engagement, Entrepreneuriat, Entrepreneuriat social, Jeunesse, Montage de projet, Social Business*